

# Capítol III: La ràdio a Catalunya

## 1. L'oferta radiofònica

Per tenir una visió completa de l'oferta radiofònica a Catalunya s'han d'atendre, d'una banda, les emissions tradicionals a través de la Freqüència Modulada (FM) i de l'Ona Mitjana (OM) i, de l'altra, la programació de les ràdios digitals i les emissions via internet d'estacions ubicades a Catalunya.

### 1.1. Les emissions en FM i OM

Segons el registre de la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals, a Catalunya hi ha 340 estacions de FM. Dins d'aquest grup, el 70% són emissores municipals, el 27,5% són emissores comercials i la resta (2,5%) correspon a les estacions de la CCRTV i de RTVE. Ara bé, si es comptabilitza el nombre de freqüències que ocupa cadascun d'aquests tres blocs, s'obté una dada més aclaridora pel que fa a la cobertura real de cadascun. Des d'aquest vessant, les emissores de la CCRTV i de RTVE suposen globalment el 50% de l'oferta radiofònica a Catalunya. En concret, la CCRTV disposa del 39% de les freqüències catalanes i RTVE, de l'11%. Les freqüències ocupades per les emissores municipals apleguen el 36% del dial català i, en mans de les comercials, en roman el 14%. COMRàdio, a més de tenir quatre freqüències en FM repartides per les quatre demarcacions, té 111 ràdios consorciades.

Pel que fa l'OM, l'oferta és de 23 emissores. En aquest cas, només una de les 10 freqüències en mans del sector públic pertany a una cadena pública catalana (COMRàdio), ja que les 9 restants són de RTVE (amb RNE-Radio 1 i Radio 5). Quant al sector privat, amb 13 freqüències assignades a l'OM, continua el predomini de la COPE i la Cadena SER, les úniques que disposen d'una oferta en OM a tot Catalunya.

Però la cobertura del territori català continua sent desigual. Barcelona és la zona que té la major oferta (168

estacions), Tarragona i Girona presenten xifres semblants —67 i 69 estacions, respectivament— i, en últim lloc, apareix Lleida (50). Si s'observa amb més precisió la distribució geogràfica d'aquesta oferta, són les comarques més poblades les que acaparen el major nombre d'estacions.

De fet, l'oferta augmenta a mesura que ens apropem als principals nuclis urbans, atreta per una major audiència potencial. Aquest fenomen és del tot evident quan s'analitza la ubicació de les emissores comercials, però també de les públiques. De les 94 concessions comercials que hi ha registrades a Catalunya a la banda de la FM, 12 se situen a la ciutat de Barcelona, 7 a Girona, 6 a Lleida i 4 a Tarragona. A continuació, apareixen ciutats amb més de 50.000 habitants: Reus, amb 4 emissores comercials, i Manresa, amb 3. Aquesta qüestió queda reflectida en el sector públic en el cas de les emissores municipals, ja que la majoria apareixen entorn de les capitals de demarcació.

En el pol oposat es troben les comarques del Pallars Sobirà, que es manté com a l'única que no disposa de cap tipus d'oferta local, i de la Segarra, que a hores d'ara no disposa de cap emissora municipal. En canvi, des de l'any 2000 fins ara, les Garrigues i el Priorat, àrees que també formaven part del grup de comarques amb escassa oferta radiofònica, han aconseguit endegar 3 emissores municipals.

Les dades que va presentar l'Associació Espanyola de Radiodifusió Comercial (AERC) a l'assemblea general celebrada el mes de juny denunciaven l'existència d'emissores sense llicència. En concret, n'atribuïen 195 a Catalunya, sent Barcelona la ciutat on el dial té el grau de saturació més alt de Catalunya. Aquesta xifra no representa el registre més elevat de l'Estat (l'AERC ha detectat 297 emissores il·legals al País Valencià, i 434 a les Illes Canàries).

Pel que fa a l'oferta radiofònica general, el canvi més significatiu respecte a l'any 2003 ha estat la posada en

**Quadre 1. Distribució geogràfica de les emissores FM. Desembre 2004**

Comarca	Població*	Emissores municipals**	Emissores comercials**	Total**
Barcelonès	2.145,2	4	12 (-2)	16 (-2)
Vallès Occidental	757,7	15 (-1)	4	19 (-1)
Baix Llobregat	710,7	21	2 (+1)	23 (+1)
Maresme	368,3	20 (+1)	2 (+1)	22 (+2)
Vallès Oriental	333,0	14 (+3)	2	16 (+3)
Bages	158,6	18	3	21
Osona	133,1	7	2	9
Garraf	113,3	4	2	6
Anoia	96,5	8	2	10
Alt Penedès	84,6	7	2	9
Berguedà	38,4	2	1	3
Cerdanya	14,7	3	2	5
<b>Total Barcelona</b>	<b>4.954,1</b>	<b>123 (+3)</b>	<b>36</b>	<b>159 (+3)</b>
Tarragonès	188,8	6	5 (-1)	11 (-1)
Baix Camp	150,0	6	5 (+1)	11 (+1)
Baix Ebre	68,0	6	3	9
Baix Penedès	66,2	5 (+2)	1	6 (+2)
Montsià	58,8	5	3	8
Alt Camp	36,6	3 (+1)	1	4 (+1)
Ribera d'Ebre	21,7	2	1	3
Conca de Barberà	19,1	3	1	4
Terra Alta	12,3	2	1	3
Priorat	9,2	3	0	3
<b>Total Tarragona</b>	<b>630,7</b>	<b>41 (+3)</b>	<b>21</b>	<b>62 (+3)</b>
Gironès	144,8	10	7	17
Selva	122,8	9	3	12
Baix Empordà	106,8	8	3	11
Alt Empordà	103,4	9 (+1)	4	13 (+1)
Garrotxa	48,6	5	1	6
Pla de l'Estany	25,9	1	1	2
Ripollès	25,8	3	1	4
<b>Total Girona</b>	<b>578,1</b>	<b>45 (+1)</b>	<b>20</b>	<b>65 (+1)</b>
Segrià	169,1	9 (+1)	6	15 (+1)
Noguera	35,0	5	1	6
Urgell	31,6	3	1	4
Pla d'Urgell	30,4	3	1	4
Segarra	19,4	0	1	1
Alt Urgell	19,3	1	2	3
Garrigues	19,0	3	0	3
Pallars Jussà	12,2	2	1	3
Solsonès	11,8	1	1	2
Vall d'Aran	8,0	1	2	3
Pallars Sobirà	6,3	0	0	0
Alta Ribagorça	3,5	1	1	2
<b>Total Lleida</b>	<b>359,3</b>	<b>29 (+1)</b>	<b>17</b>	<b>46 (+1)</b>
<b>Total Catalunya</b>	<b>6.528,8</b>	<b>238 (+8)</b>	<b>94</b>	<b>332 (+8)</b>

Font: Elaboració pròpia amb dades de la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals i de l'Institut d'Estadística de Catalunya

\* Població total de l'any 2002 (en milers).

\*\* Entre parèntesi s'indica la variació anual en xifres absolutes.

**Quadre 2. Distribució geogràfica de les emissores en OM. Desembre 2004**

Demarcació	Població*	Emissora pública	Emissora comercial	Total
Barcelona	4.951,1	3	7	9
Tarragona	630,7	3	2	5
Lleida	578,1	2	2	4
Girona	359,3	2	2	4
<b>Total Catalunya</b>	<b>6.528,8</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>22</b>

Font: Elaboració pròpia amb dades de les emissores i de l'Institut d'Estadística de Catalunya.

\* Població total de l'any 2002 (en milers)

marxa de 9 noves estacions municipals en poblacions de comarques que ja disposaven d'una oferta notable (Maresme, Vallès Oriental, Alt Empordà i Segrià), però també en zones amb escassa oferta (Baix Penedès i Alt Camp). Entre les poblacions de més de 50.000 habitants, cal destacar l'absència de ràdio municipal a Mataró, Reus i Manresa. Totes elles disposen d'una consolidada oferta comercial, fet que ha pogut provocar un cert desinterès per la creació d'un projecte municipal. Ara bé, pot donar-se el cas que alguns col·lectius d'aquests municipis considerin necessària la seva reivindicació, com ara la Plataforma Ciutadana per a la Creació d'una Ràdio que, a la capital del Maresme, ha continuat duent a terme diferents activitats al llarg del 2004.

## 1.2. La cobertura de DAB

Durant l'any 2004 no s'han produït canvis importants. De fet, el món empresarial radiofònic ja va demanar l'any 2003 un ajornament fins al 2006 del compromís de cobertura digital del 80% de la població, inicialment prevista per al 2004.

D'aquesta manera, l'oferta radiofònica digital es continua centrant en les empreses que van obtenir una llicència l'any 2000 i el 2001 per part del Govern central. La majoria corresponen a programes de cobertura estatal, amb o sense possibilitats de desconexió, i pel que fa a l'àmbit català, només la CCRTV ofereix aquest servei.

Exactament, funcionen 24 programes: 18 són d'àmbit estatal i 6, de nacional. Dins dels primers, cal diferenciar els 6 que emeten pel canal múltiple FU-E, sense possibilitat de desconexions, i els 12 del canal MF, amb possibilitat de

desconnexions provincials. A més, cal afegir que 6 són propietat de RNE (Radio 1 apareix duplicada) i que la resta pertanyen al sector comercial.

Pel que fa a les emissions nacionals digitals, els 6 programes coincideixen amb l'oferta de la CCRTV, que es distribueix a través del múltiple FU-CAT (xarxa catalana sense possibilitats de desconexions). La cobertura actual de les emissions digitals de Catalunya Ràdio és del 85% de la població i del 42% del territori.

Tot i l'impuls de l'any 2003 de la Generalitat de Catalunya amb la concessió de noves llicències els mesos d'agost i novembre, la transició cap a la ràdio digital s'està desenvolupant més lentament del que s'havia previst. Justament, una de les conclusions de la sisena jornada parlamentària sobre mitjans de comunicació audiovisuals, celebrada al Parlament de Catalunya el 14 de febrer del 2005, va ser la necessitat de treballar conjuntament des dels àmbits polític i empresarial (fabricants d'aparells receptors i operadors de mitjans de comunicació), per tal d'impulsar al projecte.

De moment, la situació del DAB-T es caracteritza pel fet que no hi ha ni oferta ni demanda radiofònica. La major part de cadenes opten per emetre per la via digital allò que ja estan oferint per OM o FM, sense serveis afegits. En conseqüència, no es genera la necessitat d'adquirir els nous receptors digitals que, a més a més, encara tenen uns preus força elevats.

Pel que fa a emissores comercials, ja s'han atorgat les d'àmbit nacional que poden emetre amb desconexions provincials o regionals, 6 lots o programes digitals de cadascuna i les d'àmbit supracomarcal o comarcal (vegeu annex 2):

- 12 lots d'àmbit supracomarcal de Barcelona (inclou les comarques del Barcelonès, el Baix Llobregat, el Maresme, el Vallès Occidental, el Vallès Oriental, l'Alt Penedès i el Garraf)
- 6 lots d'àmbit supracomarcal de Tarragona (inclou les comarques del Tarragonès, el Baix Penedès, l'Alt Camp, la Conca de Barberà, el Priorat i el Baix Camp)
- 6 lots d'àmbit supracomarcal Montsià-Baix Ebre (inclou comarques del Montsià i del Baix Ebre)
- 6 lots d'àmbit comarcal del Gironès
- 6 lots d'àmbit comarcal del Segrià
- 6 lots d'àmbit comarcal del Bages
- 6 lots d'àmbit comarcal d'Osona

### Quadre 3. L'oferta radiofònica digital (DAB). Any 2004

Xarxa estatal sense possibilitats de desconexió (FU-E)	
<b>Públiques</b>	
RNE	Radio 1
	Radio Clásica
	Radio 3
	REE Europa
<b>Comercials</b>	
Corporación de Medios Digitales-Vocento i Gestevisión Telecinco	Comeradisa
Grupo Godó	M80 Digital
<b>TOTAL:</b>	<b>6</b>
Xarxa estatal amb possibilitats de desconexions provincials (MF)	
<b>Públiques</b>	
RNE	Radio 1
	Radio 5
<b>Comercials</b>	
Onda Digital	Quiero Radio
Radio Popular	COPE Digital
SER-Antena 3 Radio	Cadena SER Digital
Sauzal 66	Ràdio Intereconomia Digital
Uniprex	Onda Cero Radio
Unión Ibérica de Radio	Radio España
Unedisa	El Mundo Radio
Recoletos	Radio Marca
Radio Digital Terrestre	SRDT Solo musica
Prensa Española de Radio por Ondas	Punto Radio ABC
<b>TOTAL:</b>	<b>12</b>
Xarxa catalana sense possibilitat de desconexions (FU-CAT)	
<b>Públiques</b>	
CCRTV	Catalunya Ràdio
	Catalunya Informació
	Catalunya Cultura
	Catalunya Música
	Catalunya Digital 1
	Catalunya Digital 2
<b>TOTAL:</b>	<b>6</b>

Font: Elaboració pròpia amb dades de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació, i dels webs de les emissores

### 1.3. Emissores amb programació exclusiva per internet

Cada vegada són més les cadenes que emeten simultàniament a través d'OM/FM i via internet, opció que ja han escollit, fins i tot, algunes emissores municipals. També s'ha detectat un increment del servei de ràdio a la carta, que ofereix la possibilitat d'escoltar/recuperar programes, seccions fixes o espais especials puntuals emesos durant les últimes setmanes a l'OM i/o a la FM.

En aquest apartat, però, es tractaran només les emissores ubicades a Catalunya amb difusió exclusiva per internet, per tal de poder tenir una visió acurada del sector radiofònic català, tot i que és obvi que l'emissió en línia amplia el radi de cobertura, que, en aquest cas, va més enllà del territori català, i que també és evident que permet la recepció d'emissores foranes. De fet, l'evolució d'aquest àmbit està convertint internet en una via interessant per a aquells projectes que no aconsegueixen llicències, un bé preuat i escàs.

A finals del 2004, després de consultar diferents cercadors especialitzats en comunicació audiovisual, s'han trobat 11 emissores d'aquestes característiques. La majoria (8) estan situades a la ciutat de Barcelona. Pel que fa a les seves emissions, no totes emeten durant les 24 hores del dia, per la qual cosa la ràdio a la carta n'és un servei habitual. La majoria són iniciatives d'entitats sense ànim de lucre (bàsicament universitats i associacions religioses), tot i que també s'han detectat iniciatives de ciutadans particulars.

## 2. Estructura del mercat radiofònic

### 2.1. El sector privat

El sector radiofònic privat es reparteix entre els grups empresarials d'àmbit estatal i les diferents iniciatives catalanes. De les 107 freqüències comercials en funcionament (OM i FM), prop del 50% està en mans de les empreses que tenen activitat a tot el mercat espanyol, com la Cadena SER (22,5%). La resta roman en mans de grups amb seu a Catalunya, i Ona Catalana és el grup autòcton amb un major nombre de freqüències (21,5%).

A les tres cadenes ja consolidades en el mercat espanyol, la Cadena SER (Grupo Prisa), la COPE (Conferencia Episcopal Española) i Onda Cero (Grupo Antena 3), aquest

any se n'hi ha afegit una quarta: Punto Radio. Els seus accionistes són Vocento (65%) —editor dels diaris *ABC* i *El Correo*—, el periodista Luis del Olmo (25%) i Televisión de Castilla y León (10%). Aquesta nova programació es pot escoltar a Catalunya a través de les freqüències d'Onda Rambla, propietat de Luis del Olmo. Així, doncs, aquesta emissora ha deixat de formar part de la cadena Onda Cero per integrar-se a Punto Radio. Amb la marxa d'Onda Rambla, la cadena Onda Cero es va quedar sense poder oferir la seva programació a la FM a l'inici de la temporada 2004-2005. La situació es va solucionar a partir de mitjan octubre com a conseqüència de la desaparició de Hit Radio. Aquesta emissora havia desaparegut al setembre i Uniprex, propietari de les seves freqüències, va decidir utilitzar-les per a la difusió en FM de la renovada Onda Cero.

Aquesta operació enforteix la presència del grup Vocento en el mercat radiofònic. A més de Punto Radio, Vocento disposa d'una llicència estatal DAB (Comeradisa), que comparteix amb Gestevisión Telecinco (10% de participació) i que està gestionada per una de les seves unitats de negoci, Corporación de Medios Digitales.

Un altre fet destacat de l'any 2004, i que apunta cap a un major domini dels grans conglomerats estatals, ha estat l'anunci de la compra del 85% de les accions d'Ona Catalana per part del Grupo Prisa. Al principi del 2004, Ona Catalana va tancar una ampliació de capital de 630.000 euros, una operació insuficient per resoldre la seva difícil situació econòmica. Si bé continua sent l'emissora privada amb la millor cobertura del territori català (23 freqüències), la seva penetració en termes d'audiència és modesta. L'acord subscrit entre Ona Catalana i el Grupo Prisa preveu la compra de part de les accions de RAMSA (Radio Ambiente Musical) i la subscripció d'una ampliació de capital d'Ona Catalana SA. Aquestes transaccions que modificarien la distribució de l'accionariat: RAMSA, fins ara soci principal (93%), es quedaria amb el 15%, i Prisa obtindria el 85%. Si es tanqués aquesta operació, pendent de l'autorització administrativa, el Grupo Prisa hauria de desemborsar 12,5 milions d'euros, dels quals 6 milions correspondrien a l'adquisició d'accions a RAMSA i 6,5 a l'ampliació de capital.

Però aquest no és l'únic fenomen que apunta cap a un enfortiment dels grups empresarials estatals. El món de la televisió i de la premsa, sobretot de les revistes, ha

**Quadre 4. Sector radiofònic privat. Nombre de freqüències. Any 2004**

<b>Cadena</b>	<b>FM</b>	<b>OM</b>	<b>Total</b>
<b>Ona Catalana</b>	<b>23</b>	-	<b>23</b>
Ona Catalana	17	-	17
Ona Música	6	-	6
<b>Cadena SER</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>24</b>
SER Convencional	7	6	13
Cadena 40	5	-	5
Cadena Dial	4	-	4
M80	1	-	1
Màxima FM	1	-	1
<b>Radiocat XXI</b>	<b>13</b>	-	<b>13</b>
RAC 1	7	-	7
RAC 105	6	-	6
<b>Radio Popular</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>12</b>
COPE	4	4	8
Cadena 100	4	-	4
Rock & Gol	-	(*)	-
<b>E-mèdia Punto Radio Onda Rambla</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
Onda Rambla-Punto Radio	7	1	8
<b>Uniprex</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
Onda Cero Radio	5	1	6
Europa FM	1	-	1
Radio Marca (Ràdio Salut)	1	-	1
<b>Flaix FM</b>	<b>5</b>	-	<b>5</b>
Flaix FM	4	-	4
Flaixbac	1	-	1
<b>Ràdio Estel</b>	<b>5</b>	-	<b>5</b>
<b>Radio Tele-Taxi</b>	<b>2</b>	-	<b>2</b>
Radio RM	1	-	1
Radio Tele-Taxi	1	-	1
<b>Intereconomía Corporación</b>	<b>1</b>	-	<b>1</b>
Ràdio Intereconomia	1	-	1
<b>ALTRES</b>			
Ràdio Aran	1	-	1
Radio Club 25	1	-	1
Ràdio Marina	1	-	1
Ràdio Vic	1	-	1
Segre Ràdio	1	-	1
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>12</b>	<b>106</b>

Font: Elaboració pròpia amb dades de la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals i dels webs de les cadenes

(\*) OM COPE connecta amb Rock & Gol a Catalunya

desenvolupat durant els últims anys nombrosos productes especialitzats, i ha afavorit un consum mediàtic cada vegada més personalitzat. En el sector radiofònic, tot i que també s'ha observat aquest procés, el ventall d'especialitzacions continua sent més reduït. En nombre, dominen les emissores musicals (classificades per estils i èpoques), però també s'han consolidat les informatives, sobretot les destinades a l'actualitat general. Seguint aquesta tendència cap a la segmentació de l'audiència radiofònica, l'any 2004 es pot considerar en un punt d'inflexió, ja que s'han posat en marxa dues noves ofertes radiofòniques especialitzades en esports: Radio Marca i Rock & Gol.

Radio Marca, que havia iniciat les seves emissions al principi del 2001, se sintonitza a Catalunya des del 16 d'agost del 2004, gràcies a l'acord subscrit entre l'empresa barcelonina Ràdio Salut i els dos grups gestors del projecte d'aquesta emissora especialitzada; d'una banda, Recoletos Grupo de Comunicación, empresa editora del diari *Marca* (que ja va obtenir en el seu moment una llicència per un programa digital), i de l'altra, Uniprex, encarregada de gestionar la cadena Onda Cero. La informació esportiva és l'eix principal de la seva programació.

El segon projecte temàtic, Rock & Gol, ve de la mà de Radio Popular SA-COPE i, tot i definir-se com una emissora especialitzada en esports, la música té una forta presència en la seva programació. Rock & Gol neix d'un acord entre Radio Popular i el Grupo Zeta (editor de *El Periódico de Catalunya*), després que aquest es desvinculés de l'empresa catalana Grup Flaix, que havia intentat exportar la seva radiofórmula fora de Catalunya. Segons el conveni, Radio Popular gestiona els continguts mentre que el Grupo Zeta aporta les seves freqüències. Ara bé, a Catalunya se sintonitza a l'Ona Mitjana de la COPE a partir de les 16 hores.

No obstant això, Uniprex també vol reafirmar la seva cadena musical. Prova d'això és l'adquisició de la marca comercial Europa FM, que era propietat de Francisco Gayà. Aquesta operació, a través de la qual Onda Cero també disposa de quatre emissores més (Madrid, Castelló, València i Benidorm), es va fer a través de Mediapress. En definitiva, el sector radiofònic privat continua sotmès a modificacions permanents, motivades fonamentalment pels interessos econòmics dels grans grups mediàtics. Els

canvis, però, no sempre responen a noves perspectives de negoci. A vegades són el resultat de l'aplicació de les lleis que regulen la competència. La Generalitat de Catalunya el mes de maig va clausurar Kiss FM per la manca de llicència i com a resposta a les denúncies d'altres empreses del sector que asseguraven patir interferències. Un altre exemple, al començament de l'any 2005, és l'anunci que Planeta s'havia de desfer del capital que tenia a Radio Popular-COPE, tot i tractar-se d'una participació minoritària (10,4%). La raó argumentada és que Planeta també és la propietària d'Uniprex, gestora d'Onda Cero, de RKOR, de Radio España (emissora que té un acord signat amb Onda Cero que li permet disposar de productes creats per aquesta cadena), així com la sòcia de referència d'Unión Ibérica de Radio, SA, societat matriu de Radio España. A més, comparteix amb Onda Rambla una concessió de ràdio digital terrestre (SRDT Solo música).

En aquest sentit, també convé assenyalar que la concentració de SER i Antena 3 ha continuat sent notícia al llarg del 2004. Ja fa més de quatre anys que la Sala Contenciosa Administrativa del Tribunal Suprem va dictar una sentència per la qual s'anul·lava l'acord del Consell de Ministres que va permetre la concentració de SER-Antena 3. Malgrat aquesta circumstància, el concert entre les dues empreses continuà vigent encara durant el 2004.

Pel que fa als canvis produïts en els grups arrelats al mercat català, a banda dels comentats anteriorment, convé destacar la dissolució del projecte conjunt de Flaix FM i del Grupo Zeta, batejat com Zeta Flaix. Tot i això, Flaix FM continua interessat a ampliar la seva activitat a l'exterior. De moment, només disposa d'11 freqüències repartides per Catalunya, les Balears i la Catalunya Francesa, però sembla tenir en marxa diferents processos de negociació per a la recerca d'emissores associades.

Des del vessant financer, a més de la delicada situació d'Ona Catalana, aquest any també ha sigut difícil per a Uniprex, tot i que les dades econòmiques de principi del 2005 revelen que ja ha pogut superar la crisi. Uniprex, gestora d'Onda Cero, ha hagut de fer front al pagament d'uns 190 milions d'euros a Radio Blanca, propietat de Blas Herrero, per incompliment del contracte subscrit el 27 de juliol del 2001 pel qual es va crear Kiss FM. Aquell contracte, signat per l'empresari i Telefónica, aleshores propietària d'Onda Cero, cedia la gestió publicitària de 70

emissores de Radio Blanca a Uniprex. A canvi, Uniprex es comprometia a pagar a Radio Blanca 18 euros (més l'IPC) per cada oient que aconseguís la cadena. L'èxit de Kiss FM va generar un deute tan important que es va obrir un litigi que va acabar obligant Uniprex a complir el pacte inicial. Per poder dur a terme aquest pagament, Uniprex va haver de dissenyar un pla de viabilitat de la cadena, encara que qui realment l'ha ajudat a sortir de la crisi ha estat un altre gran mitjà del grup, Antena 3 TV. Els beneficis que aquesta televisió va obtenir durant el primer trimestre de l'any li han permès aportar recursos a Uniprex (96 milions d'euros).

## 2.2. El sector públic

Els dos grans grups públics institucionals, CCRTV i RTVE, tenen deutes acumulats i treballen per reduir la dependència de la seva oferta radiofònica del pressupost públic. Ara bé, la situació d'ambdues entitats és diferent, ja que les emissores de la CCRTV poden contractar publicitat.

Catalunya Ràdio presentava, al tancament de l'exercici 2003, un deute a llarg termini de 28.109.587 euros. En el seu informe anual, la CCRTV preveia tenir liquidat aquest pagament l'any 2010. A més, a aquesta quantitat se li afegia un deute a curt termini de 4.830.045 euros. Si comparem aquests resultats amb els de l'any anterior, s'observa una reducció dels deutes en un milió i mig d'euros aproximadament.

A l'espera del tancament definitiu dels comptes de la CCRTV i d'empreses filials, les xifres provisionals de Catalunya Ràdio proporcionen dades interessants. D'una banda, els pressupostos d'explotació del 2004 preveien uns ingressos de quasi 13 milions d'euros, però se n'ha obtingut una desviació favorable d'uns 700.000. Aquesta dada s'explica per l'elevada facturació neta en publicitat, que assoleix els 13 milions, una quantitat que suposa una desviació a l'alça respecte al que s'havia pressupostat de 490.000 euros. Una altra partida favorable fa referència als ingressos per serveis diversos, que a la liquidació provisional arriben fins als 240.000 euros, amb una desviació positiva, també, de gairebé 200.000.

Quant al capítol de les despeses, i sempre tenint en compte que es tracta de dades provisionals, el gruix més important es concentra a la partida de personal, amb 18 milions d'euros, 180.000 euros menys del que s'havia

pressupostat. Les despeses financeres també generen una desviació favorable que permet assolir un estalvi de gairebé mig milió d'euros respecte de la despesa pressupostada inicialment (1.227.682 euros).

## 2.3. Els ingressos publicitaris

Des de l'exercici 2003, la inversió publicitària radiofònica segueix una tendència ascendent. Durant el primer semestre del 2004, i segons les dades d'Infoadex, la ràdio ha incrementat els recursos procedents de la publicitat un 5,8% en comparació del mateix període del 2003. D'aquesta manera, la crisi del 2001 i el 2002 sembla quedar definitivament enrere.

Pel que fa a les cadenes estatals, i segons les dades d'Infoadex, durant el 2003 l'increment major es va detectar a Uniprex-Onda Cero (7,2%), seguida de la Cadena SER (4,8%) i la COPE (3,1%). Però el creixement més significatiu es produeix en l'àmbit nacional. En concret, a les emissores de la CCRTV.

Les quatre cadenes de la Generalitat van ingressar 12.452.576 euros el 2003, un 12,2% més que l'any anterior. Si l'any 2001 aquest conjunt d'emissores havien obtingut uns ingressos publicitaris de més de 10 milions d'euros, el 2003 les emissions de Catalunya Ràdio per si soles ja van aportar aquests recursos. Ara bé, també convé assenyalar que les aportacions de Catalunya Música i les desconexions de Catalunya Ràdio van reduir la seva aportació al grup durant el mateix exercici.

## 3. L'oferta programàtica

### 3.1. L'oferta generalista

El canvi més destacat de l'oferta programàtica generalista durant el 2004 ha estat la creació d'Onda Rambla-Punto Radio i la conseqüent redefinició de la programació d'Onda Cero, que havia estat associada amb Onda Rambla durant 13 temporades. Onda Rambla-Punto Radio i la renovada Onda Cero van iniciar les seves emissions el dia 18 d'octubre. La programació de Punto Radio a la resta de l'Estat espanyol havia començat abans, el 6 de setembre.

Molts dels programes d'Onda Rambla-Cadena Onda Cero es van transferir a la nova cadena. En aquest procés, van marxar alguns professionals, com el mateix Luis del Olmo,



**Quadre 5. Sector radiofònic públic. Nombre de freqüències. Any 2004**

Cadena	FM	OM	Total
<b>CCRTV</b>	<b>256</b>	-	<b>256</b>
Catalunya Cultura	60	-	60
Catalunya Informació	56	-	56
Catalunya Música	77	-	77
Catalunya Ràdio	63	-	63
<b>RTVE</b>	<b>74</b>	<b>9</b>	<b>83</b>
RNE-Radio 1	18	5	23
RNE-Radio Clásica	17	-	17
RNE-Radio 3	13	-	13
RNE-Ràdio 4	19	-	19
Radio 5	7	4	11
<b>COMRàdio (Xarxa local)</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
COMRàdio	4	1	5(*)
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>10</b>	<b>344</b>

Font: Elaboració pròpia amb dades dels webs de les cadenes

(\*) Té 111 ràdios consorciades

**Quadre 6. Inversió publicitària en ràdio a Espanya. Període 2000-2004**

Any	Milions d'euros	% variació anual
2004	275,9*	5,8**
2003	508,2	4,8
2002	484,9	-0,9
2001	489,5	-2,4
2000	501,8	7,7

Font: Infoadex

\* Dades corresponents al primer semestre del 2004

\*\* Variació semestral

### Quadre 7. Xifres de negoci de la ràdio comercial d'àmbit estatal. (milers d'euros)

	Inversió publicitària i vendes			Resultats després d'impostos		
	2002	2003	Var. %	2002	2003	Var. %
<b>Radio Popular (COPE)</b>	98.700	101.800	3,1	2.943	3.927	33,4
<b>Cadena SER</b>	208.200	218.200	4,8	23.199	19.829	-14,53
<b>Uniprex (Onda Cero)</b>	115.200	123.500	7,2	-23.981	-155.665	-549

Font Inversió publicitària i vendes: Infoadex; Font Resultats després d'impostos: Noticias Comunicación

### Quadre 8. Ingressos per publicitat a les emissores de la CCRTV (euros)

<b>Emissora</b>	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Catalunya Ràdio (CR)	10.267.713	9.350.933
Catalunya Cultura	202.583	161.039
Catalunya Informació	1.649.597	1.218.138
Catalunya Música	102.379	115.377
Desconnexions CR	230.304	243.024
<b>TOTAL</b>	<b>12.452.576</b>	<b>11.088.511</b>

Font: Informe anual de la CCRTV 2003

amb el magazín del matí *Protagonistas*, o Concha García Campoy, que s'encarregava del magazín del cap de setmana a Onda Rambla-Cadena Onda Cero i ara s'ocupa del magazín de tarda d'Onda Rambla-Punto Radio, *Campoy en su punto*. Aquests canvis van afectar tota la programació local feta des d'Onda Rambla, per la qual cosa Onda Cero s'ha vist obligada a redissenyar els seus períodes de desconnexió local, operació que està duent a terme amb un projecte paral·lel de consolidació de delegacions a les quatre demarcacions catalanes.

L'aparició d'Onda Rambla-Punto Radio es produeix en un panorama radiofònic complex, consolidat amb una forta

competència per part de l'oferta generalista catalana, encapçalada per Catalunya Ràdio, entorn de quatre grans cadenes espanyoles (Cadena SER, COPE, Onda Cero i RNE) i amb la presència de les emissores temàtiques (musicals i informatives). A finals del 2004, l'Estudio General de Medios (EGM) encara no ofería dades de l'audiència d'Onda Rambla-Punto Radio, per tant s'haurà d'esperar al 2005 per poder valorar l'impacte d'aquesta nova graella, que compta amb la participació de figures com Manuel Fuentes o Ramón García.

Una altra qüestió que també ha afectat l'oferta generalista ha estat l'aparició de l'emissora temàtica dedicada a la

música i als esports, Rock & Gol, el 4 d'octubre. A Catalunya, aquesta es pot escoltar a l'Ona Mitjana de la COPE en determinats moments de la setmana, fet que ha provocat un significatiu increment del gènere musical a la seva graella i ha convertit COPE OM en una emissora híbrida.

Els dos punts següents estan dedicats a l'anàlisi detallada de la programació de l'oferta generalista a Catalunya. En el primer punt, es tracten les emissores que combinen programació estatal i local: COPE (OM i FM), Onda Cero (OM i FM), Onda Rambla-Punto Radio, RNE-Radio 1, Cadena SER (OM i FM).

Al segon apartat s'inclou l'estudi específic de les emissores d'abast català: Catalunya Ràdio, COMRàdio, Ona Catalana, RAC 1, RNE-Ràdio 4.

Pel que fa als gèneres, s'han agrupat en les categories següents: informació (IN), infoentreteniment (IN/EN), esports (ES), humor (HU), música (MU), participació (PA), cultura (CU), entreteniment (EN), concurs (CO) i religió (RE).

### **3.1.1. Les emissores que combinen programació estatal i local**

#### **3.1.1.1. Descripció general de l'oferta**

Informació, infoentreteniment i esport romanen com a gèneres més destacats en l'oferta de les cadenes estatals generalistes. L'ocupació mitjana de la suma de tots tres és del 87,7% de la programació setmanal. L'índex més alt es troba a Onda Cero FM (96,2%) i el més baix, a COPE OM (74,3%). Ara bé, cal fer algunes matisacions referents a COPE OM i a Onda Rambla-Punto Radio.

El fet que el percentatge de COPE OM se situï en un nivell molt per sota de la mitjana és conseqüència de la importància que ha adquirit la Música, la presència de la qual és, a més, una de les novetats en aquesta edició. Aquest gènere presenta un valor percentual proper a informació i infoentreteniment i, fins i tot, supera l'esport. La transformació de COPE OM en l'altaveu de la nova emissora temàtica Rock & Gol durant alguns períodes horaris (tarda, vespre i nit) ha estat la causa de la significativa irrupció del gènere música a la graella de la cadena.

Pel que fa a la nova Onda Rambla-Punto Radio, només sobresurten els gèneres d'informació i d'infoentreteniment.

La suma d'ambdós representa el 80,1% de l'oferta setmanal, i a penes es desenvolupa l'esport (3,1%). La cadena ha optat per no seguir una estratègia de competència directa en el terreny de la programació esportiva en la seva primera temporada. Així, els dies feiners a partir de les 24.00 hores emet humor, i les nits del cap de setmana les dedica a magazins informatius centrats en aspectes socials. En lloc d'esport, el tercer gènere principal és música (10,8%). Aquesta presència relativament elevada és un fet transitori que correspon a l'inici de la posada en marxa d'Onda Rambla-Punto Radio. Entre l'octubre i el desembre del 2004, la nova cadena oferia música durant els períodes horaris que encara no tenien assignat un programa concret, qüestió que afectava exclusivament el cap de setmana.

L'anàlisi de l'oferta del 2004-2005 posa de manifest que la varietat de gèneres no és una estratègia de programació d'aquest grup d'emissores. El nombre total de gèneres que emet cada cadena és similar a la temporada anterior. De fet, en la majoria de les graelles, quan apareix un gènere nou, en desapareix un altre.

Entre els gèneres minoritaris, el de la participació és el que pren més força. És novetat a COPE FM, s'incrementa el seu índex a Onda Cero (OM/FM) i Onda Rambla-Punto Radio també li dedica un temps d'antena. La cultura és el que apareix en segon lloc, present a cinc de les vuit graelles, tot i que ha sofert una davallada en tots els casos, i ha arribat fins i tot a desaparèixer d'Onda Cero OM.

La resta de gèneres presenten percentatges pràcticament irrelevants en el conjunt d'aquesta oferta. La música, alhora que adquireix importància a la COPE OM i a Onda Rambla-Punto Radio, desapareix de Cadena SER FM i manté un valor reduït a RNE-Radio 1. A més, cal recordar que la temporada anterior la música també era present a la desapareguda Onda Rambla-Cadena Onda Cero.

L'entreteniment s'ha eliminat a les freqüències modulades d'Onda Cero, COPE i Cadena SER, per la qual cosa únicament resta a la COPE OM, i ho fa amb un índex molt baix (0,5%). La religió roman a les programacions de RNE-Radio 1 i la COPE (OM/FM) amb percentatges mínims. L'humor continua minvant a la graella de la Cadena SER, tot i que aquesta temporada no és un gènere exclusiu d'aquesta cadena, ja que també forma part de la programació d'Onda Rambla-Punto Radio.

# **Quadre 9. Oferta radiofònica segons la programació. Any 2004**

<b>Ràdio Musical*</b>	<b>Ràdio Generalista</b>
<b>Radiofórmula comercial</b>	<b>Cadenes estatals</b>
Los 40 Principales	COPE
Cadena 100	Onda Cero
Europa FM	Onda Rambla - Punto Radio
Flaix FM	RNE
Radio Club 25	Cadena SER
Ràdio Flaixbac	<b>Cadenes nacionals</b>
<b>Radiofórmula <i>Revival</i></b>	Catalunya Ràdio
M80	COMRàdio
Ona Música	Ona Catalana
RAC 105	RAC 1
Ràdio Salut	RNE - Ràdio 4
Ràdio Estel	
<b>Música alternativa</b>	<b>Ràdio Informativa</b>
RNE - Radio 3	Catalunya Cultura <b>cultura</b>
Música dance	Catalunya Informació <b>general</b>
Máxima FM	Intereconomia <b>economia</b>
<b>Música espanyola</b>	Radio Marca <b>esports</b>
Cadena Dial	RNE - Radio 5 <b>general</b>
Radio RM	
Radio Tele-Taxi	<b>Altres</b>
<b>Música clàssica</b>	<b><i>Música + esport:</i> Rock &amp; Gol</b>
Catalunya Música	Emissores municipals
RNE - Radio Clásica	Emissores religioses
	Ràdios lliures / independents

Font: Elaboració pròpia

\* (desapareixen Hit Radio i Kiss FM)

Quant a la introducció de nous gèneres en l'oferta de les cadenes generalistes estatals, se n'ha detectat un cas: l'estrena del concurs a la Cadena SER. Però també s'han produït desaparicions. RNE-Radio 1, que va introduir l'Infantil la temporada 2003-2004, l'ha eliminat d'aquesta edició.

Quan una cadena d'àmbit estatal emet alhora per l'Ona Mitjana i per la Freqüència Modulada, es poden plantejar les maneres següents per rendibilitzar la seva programació:

- Desconnexió local en una de les freqüències: presentar simultàniament la programació en cadena en ambdues freqüències, alliberant segments horaris en una d'aquestes per a l'emissió local.
- Desconnexió local en les dues freqüències amb la mateixa programació: definir els mateixos segments horaris de desconnexió local a l'Ona Mitjana i a la Freqüència Modulada, ometent així part de la programació en cadena. Aquest sistema permet reforçar la programació local.
- Desconnexió local en les dues freqüències amb programació diferenciada: definir els mateixos segments horaris de desconnexió local a l'Ona Mitjana i a la Freqüència Modulada, ometent així part de la programació en cadena, però oferint programes diferents a cada banda del dial. Aquesta opció referma encara més la diversitat de continguts locals, a la vegada que suposa majors inversions econòmiques.

Enguany, les dades mostren que l'estratègia seguida majoritàriament ha estat la de fer coincidir els segments horaris de desconnexió local d'ambdues freqüències i oferir la mateixa oferta, és a dir, la segona opció del llistat anterior. L'única excepció ha estat la COPE, que presenta dos tipus de programacions ben diferents en FM i OM, però no buscant un suport de la programació local, sinó més aviat per la relació que l'Ona Mitjana té amb Rock & Gol.

S'observa que Onda Cero opta, a diferència de la temporada passada, per una unificació programàtica entre freqüències. Fins a l'estiu del 2004, l'emissió en Freqüència Modulada d'aquesta cadena es feia a través d'Onda Rambla, estació que enguany emet la programació de la cadena Punto Radio, a més de la seva pròpia producció local. Aquest canvi ha provocat una redefinició de la graella

d'Onda Cero, que ha afavorit les similituds entre l'OM i la FM la temporada 2004-2005.

La Cadena SER també sembla haver buscat l'homogeneïtzació de gèneres, arran de l'omissió de música i entreteniment a la FM i l'aparició de la categoria concurs en ambdues freqüències. I, al marge de les petites diferències percentuals que s'observen entre les emissions d'OM i de FM, el cert és que la major part de la programació local es duplica, és a dir, s'ofereix de manera simultània, fet que no era tan habitual la temporada anterior.

Referent a les redifusions, les úniques programacions que les inclouen són Onda Cero (OM/FM) i Onda Rambla-Punto Radio. En tots dos casos es detecta la redifusió de fragments del magazín del matí durant el cap de setmana a partir d'un muntatge resum. Més concretament, Onda Cero ofereix, sota el títol *La Fosforera*, una selecció d'intervencions telefòniques fetes pels oients, mentre que Onda Rambla-Punto Radio fa la redifusió de productes periodístics elaborats o de moments informatius destacats. Onda Cero, a més, també aplica aquesta estratègia durant la matinada, quan torna a emetre part del seu magazín de tarda, *Gomaespuma*. En definitiva, ambdues cadenes el que fan és reutilitzar algunes de les seves produccions més importants.

### 3.1.1.2. El gènere informació

La informació és el gènere preferent a cinc de les vuit graelles estatals: Onda Cero (OM/FM), Cadena SER (OM/FM) i COPE (FM). En el cas d'Onda Cero, és on s'ha donat el creixement més elevat en comparació de la temporada anterior, sobretot durant el cap de setmana, on l'augment supera els 6 punts percentuals en ambdues freqüències.

Per contra, la informació ha deixat de ser el gènere líder a RNE-Radio 1 i COPE OM. A la cadena pública, tot i mantenir un equilibri entre aquest gènere i infoentreteniment, sempre hi destaca aquest últim. A COPE OM, els dies feiners, el protagonista també és el gènere híbrid, i durant el cap de setmana, el que sobresurt és l'esport. Onda Rambla-Punto Radio s'afegeix a aquest segon grup, ja que també dóna més prioritat a l'infoentreteniment, sobretot durant el cap de setmana.

De dilluns a divendres, la incidència d'aquest gènere en la programació oscil·la entre el 40,8% de la Cadena SER

**Quadre 10. Classificació per gèneres de la programació radiofònica**  
**Emissores amb programació d'àmbit estatal i local. Període 2004-2005**

		IN	IN/EN	ES	HU	MU	PA	CU	EN	CO	RE
<b>COPE</b>	<b>OM</b>	27	28	19,3	-	21	-	1,6	0,5	-	2,6
	<b>FM</b>	47,1	26,4	15	-	-	6,4	2,2	-	-	2,9
<b>Onda Cero</b>	<b>OM</b>	42,4	37,4	13,7	-	-	6,5	-	-	-	-
	<b>FM</b>	42,4	37,4	16,4	-	-	3,8	-	-	-	-
<b>Onda Rambla Punto Radio</b>		38,1	42	3,1	4,3	10,8	1,7	-	-	-	-
<b>RNE-1</b>		38,8	41,6	11,2	-	2,7	-	5	-	-	0,7
<b>SER</b>	<b>OM</b>	40,4	29,8	16	2,5	-	6,7	3,6	-	1	-
	<b>FM</b>	38,8	30,7	19,2	1,4	-	6,7	2,2	-	1	-

Font: Elaboració pròpia  
 (% sobre total setmana)

FM i el 51,2% de la COPE FM; exceptuant la COPE OM, en què només suposa el 27,9%. A la majoria d'estacions presenta diferències percentuals poc significatives respecte a l'infoentreteniment. L'única excepció és la COPE FM, on la distància entre l'un i l'altre és de més de 20 punts en benefici de la informació, com a conseqüència d'una forta davallada d'infoentreteniment.

Durant el cap de setmana, els valors de la informació, entorn del 35%, s'aproximen més als de l'esport. Les úniques emissores que s'allunyen d'aquesta tendència són Onda Rambla-Punto Radio, RNE-Radio 1 i COPE OM. En el cas de les dues primeres, la causa radica en el fet que donen més importància a l'infoentreteniment que no pas al gènere informatiu estricte. La situació de COPE OM és ben diferent, ja que la seva graella afavoreix l'equilibri entre tres gèneres: a més de la informació (24,8%) i de l'esport (26,6%), també destina un temps a l'infoentreteniment (22,9%).

Des de l'òptica de la distribució de la informació al llarg dels dies feiners, els canvis més notables es donen a la franja que va de les 13.00 a les 16.00 hores. Onda Cero ha augmentat notablement la seva oferta informativa en aquest segment horari, que ha arribat a ocupar-ne el 69,4% i a convertir l'emissora en la més informativa d'aquest període. En el pol oposat hi ha Onda Rambla-Punto Radio que, en la seva temporada d'estrena, ha dedicat sols un 37,2% d'aquesta franja a la informació. La resta de cadenes presenten una mitjana d'ocupació d'informació del 52,5% durant el migdia.

Respecte al cap de setmana, també ha estat el període comprès entre les 13.00 i les 16.00 hores el més afectat per modificacions, però aquestes variacions revelen comportaments molt més desiguals que no pas els dies feiners. Si bé a Onda Cero aquesta franja es dedica íntegrament a la informació, la Cadena SER ha decidit reduir-ne el tractament (ha quedat entorn del 60%). En canvi, la COPE

FM (55,9%), la COPE OM (70,2%) i RNE-Radio 1 (88,9%) n'han incrementat el percentatge, encara que tampoc no arriben al valor d'Onda Cero. A Onda Rambla-Punto Radio, aquest gènere ocupa només el 38,9% d'aquests 180 minuts.

El fet que els principals canvis es concentrin en un únic segment horari significa que l'estabilitat és el tret dominant. Quant als dies feiners, el segment que comprèn des de les 20.00 fins a les 24.00 hores continua essent el que ofereix més informació. Només hi ha una excepció, COPE OM, que utilitza aquesta franja per emetre la programació de Rock & Gol. De fet, la majoria de les emissores han mantingut els mateixos títols, ja que els resultats en termes d'audiència continuen sent favorables: *Hora 25* (Carlos Llamas, Cadena SER), *La linterna* (César Vidal, COPE FM) i *La Brújula* (Juan Pablo Colmenarejo, Onda Cero). RNE-Radio 1 ha estrenat un programa (*24 horas*, Fermín Bocos), però ha conservat la tendència, que també ha estat seguida per Onda Rambla-Punto Radio (*El mirador*, Agustín Herranz).

El segon període horari dels dies feiners amb més informació continua sent el que va de les 6.00 fins a les 13.00 hores, el mateix de les darreres edicions. Totes les cadenes han mantingut els seus valors percentuals, és a dir, la informació continua ocupant aproximadament el 61% del matí. Aquesta immobilitat es deu al fet que aquí se situa l'horari radiofònic de màxima audiència, garantit per un tipus de programa força consolidat en l'oferta generalista, els magazins matinals. RNE-Radio 1 és l'única que ofereix en aquest període dos programes, el primer de caràcter eminentment informatiu (*España a las ocho*, Julián Salgado) i el segon d'infoentreteniment (*Buenos días*, Julio César Iglesias), mentre que la resta ha optat per un únic títol que, en la pràctica, també acaba tenint dues parts ben diferenciades des del punt de vista del gènere.

La matinada, des de la mitjanit fins a les 6.00 hores, continua essent una franja poc propícia per a continguts de caire informatiu, amb l'excepció dels butlletins horaris. Tanmateix, aquesta tendència ha estat trencada per Onda Rambla-Punto Radio, que ha reservat un 21,3% d'aquest període al gènere d'informació, amb el magazín despertador *Al día de hoy* (Jaume Sagalés).

De les 16.00 a les 20.00 hores, també la immobilitat ha estat la tònica dominant, i es continuen distingint dues tendències divergents. Mentre que algunes cadenes opten

per donar a la informació valors significatius, superiors al 20% (COPE FM, Onda Rambla-Punto Radio i Cadena SER), altres a penes hi dediquen el 8% (Onda Cero i RNE-Radio 1). L'excepció torna a trobar-se a COPE OM, que ha eliminat la seva oferta informativa d'aquest període, ja que és just en aquest punt horari quan inicia les emissions de Rock & Gol. Ara bé, cal afegir que la informació no era tampoc un gènere important en aquest segment horari a la seva graella del 2003-2004, quan només ocupava el 7,5%. La distribució de la informació al llarg del cap de setmana tampoc no presenta variacions. Malgrat els canvis del migdia, aquesta franja és la que continua acaparant el major percentatge d'informació, i el període que apareix en segon lloc és, un cop més, el del matí (6.00 a 13.00 hores). No obstant aquesta continuïtat, l'anàlisi de la distribució horària de la informació durant el cap de setmana mostra comportaments particulars en tres casos:

- COPE. Com a conseqüència de la transmissió de Rock & Gol, COPE OM es converteix en l'única que no emet informació a partir de les 16 hores. I, en segon lloc, totes les cadenes donen el major índex d'informació al migdia (13.00 a 16.00 hores), excepte COPE FM, en què destaca el matí.
- Onda Cero ha apostat per reforçar la informació durant la matinada amb un programa especialitzat en una temàtica innovadora (policial-succesos).
- Onda Rambla-Punto Radio és l'única que dedica més del 30% de la tarda-nit del cap de setmana a la informació, amb programes que aborden el vessant més social de l'actualitat. Dissabte: *El punto de Berlanga* (Consuelo Berlanga) i diumenge: *Ana en Punto Radio* (Ana García Lozano).

Amb relació a la temàtica, l'actualitat es manté com el principal contingut informatiu en totes les emissores, sobretot durant els dies feiners. Pel que fa a la resta d'espais especialitzats, destaquen viatges, entrevista personal i salut. Gairebé totes les estacions tenen un programa dedicat íntegrament a aquests temes, habitualment ubicats en cap de setmana. Tauromàquia, món rural, qüestions humanitàries, caça i pesca, societat, política, gastronomia i economia estan presents en, almenys, dues graelles d'aquest grup d'emissores. Com a novetat d'aquest any, hi ha tres temàtiques que aparèixen

al conjunt de l'oferta generalista: estil de vida, crònica policial-succesos i noves tecnologies. Per contra, desapareixen els espais dedicats al consum.

Si la temporada anterior RNE-Radio 1 era l'emissora que més varietat de temàtiques presentava, ara és COPE FM la que aglutina més varietat de continguts especialitzats. Aquest desbancament és conseqüència de noves incorporacions a COPE FM, que ha estrenat espais sobre gastronomia, estil de vida, política i salut.

### 3.1.1.3. El gènere infoentreteniment

Aquest és el principal gènere a les graelles de COPE OM, d'Onda Rambla-Punto Radio i de RNE-Radio 1, mentre que a la resta figura en el segon lloc. Aquesta primacia es manté al llarg de tota la setmana únicament a RNE-Radio 1, malgrat la seva aposta per un equilibri entre aquest gènere i la informació. A la COPE OM el domini del gènere híbrid només es dona els dies feiners, mentre que a Onda Rambla-Punto Radio aquesta posició l'adquireix durant el cap de setmana.

En aquesta edició, resulta difícil observar estratègies comunes, ja que algunes emissores han decidit reforçar el gènere d'infoentreteniment i d'altres, minvar-ne la presència. Mentre que a la COPE (OM/FM) i a Onda Cero OM es produeix una davallada entorn dels 6 punts percentuals, RNE-Radio 1 l'ha augmentat en 5,2 punts, igual que la Cadena SER OM (+4 punts) i la Cadena SER FM (+2,3 punts).

De dilluns a divendres, Onda Cero presenta el percentatge més alt d'infoentreteniment (44,5%), seguida de RNE-Radio1 (44,4%) i Onda Rambla-Punto Radio (43,4%). A la resta d'emissores els valors són lleugerament més baixos: des del 36,2% de Cadena SER OM fins al 30% de COPE OM. La tendència generalitzada a sostenir la programació en aquest gènere i la informació provoca que les distàncies percentuals entre ambdós no siguin gaire grans. L'excepció és la COPE FM, on una baixada de 9 punts percentuals d'infoentreteniment l'ha deixat amb un 30,6% de la programació dels dies feiners, enfront del 51,2% que ocupa la informació.

Durant el cap de setmana destaca el percentatge significatiu d'infoentreteniment d'Onda Rambla-Punto Radio, amb un 38,8%, seguida a no gaire distància per RNE-Radio 1 (34,6%). Excepcionalment, el gènere esdevé

el primer per a aquestes dues emissores, mentre que per a la resta d'estacions és el tercer, amb un índex que se situa al voltant del 18%, molt per darrere de la informació (entorn del 33%) i l'esport (entorn del 32%).

No hi ha dubte que el magazín continua essent el format escollit per a l'emissió d'aquest gènere, sobretot el de llarga durada. Així, gairebé totes les emissores disposen de magazín de matí, magazín de tarda i magazín de matinada; els dos primers són els que més destaquen pels seus índexs d'audiència. L'excepció està representada per la COPE OM, que ha abandonat l'emissió del magazín de tarda com a conseqüència de la connexió amb Rock & Gol.

Al matí, continuen *Hoy por hoy* (Iñaki Gabilondo, Cadena SER), *La mañana* (F. Jiménez Losantos, COPE), *Buenos Días* (Julio César Iglesias, RNE) i *Protagonistas* (Luis del Olmo, Onda Rambla-Punto Radio), que ha abandonat Onda Cero, la qual ha optat per emetre el programa *Herrera en la onda* (Carlos Herrera, Onda Cero), ubicat l'edició anterior en la franja de tarda d'aquesta mateixa cadena.

A la tarda, excepte els clàssics *La ventana* (Gemma Nierga, Cadena SER) i *La tarde con Cristina* (C. López Schiliching, COPE), la resta són novetats: *El tranvía* (Olga Viza, RNE-Radio 1), *Gomaespuma* (Guillermo Fesser i Juan L. Cano, Onda Cero) i *Campoy en su punto* (Concha García Campoy, Onda Rambla-Punto Radio).

Entre el magazín de matí i el magazín de tarda s'han detectat moltes coincidències, tot i les variacions d'estil, ja que l'actualitat i l'opinió són els eixos principals dels continguts que s'hi plantegen. No passa el mateix amb la matinada, període en què cada estació actua de manera més independent i on, potser perquè les dades d'audiència són menys significatives, s'arrisquen més a provar nous estils i defugen així la competència més directa. Ara bé, amb horaris i continguts diferents, el cert és que totes les estacions aposten pel magazín de matinada i tendeixen a oferir-lo com a programació en cadena aplicant, per tant, la mateixa estratègia que fan servir amb els magazins de matí i de tarda. Només dues estacions opten per fer una programació local a la matinada:

- COPE FM interromp l'emissió del seu magazín *A cielo abierto* per oferir, a partir de les 3.00 hores, un espai de participació, adreçat exclusivament a Catalunya.
- Onda Rambla-Punto Radio també es desmarca de la



programació d'àmbit estatal i proposa un magazín de matinada de difusió nacional. Al principi de la temporada s'emetia *Nits al ras* (Frederic Sala), que va ser substituït posteriorment per *La ciutat de nit* (Xavier Collado).

El magazín de cap de setmana també s'està consolidant com a eix principal dels matins del dissabte i del diumenge. La temporada 2004-2005 es manté a les emissores que ja el presentaven (RNE-Radio 1, Cadena SER i COPE OM), alhora que apareix a la renovada Onda Cero (OM/FM) i a la recent inaugurada Onda Rambla-Punto Radio. En aquesta última només s'emet diumenge.

Però hi ha una altra mena de magazins que també estan prenent força a les graelles generalistes. Es tracta de programes en desconnexió local, fets des dels centres emissors que tenen a Barcelona, d'unes dues hores de durada i que, malgrat el seu contingut variat, sovint se centren en els aspectes més propers. Acostumen a ubicar-se tot just després dels magazins de matí. L'única cadena que no aplica aquesta estratègia és RNE-Radio 1.

### 3.1.1.4. El gènere esport

Els esdeveniments no previstos són una constant a l'hora de programar aquest gènere. Per tant, com en informes anteriors, aquesta anàlisi s'elabora sobre els espais fixos contemplats a les graelles estàndard.

La irrupció de l'emissora Rock & Gol totes les tardes, vespres i nits de COPE OM suposa un dels canvis més significatius d'aquesta temporada. La programació de la nova emissora temàtica representa el 25% de l'oferta setmanal de COPE OM. Ara bé, pel que fa a la seva repercussió en l'oferta estrictament esportiva, aquesta operació tan sols ha suposat un augment de 4 punts percentuals respecte a l'edició anterior, assolint un 19,3%, només una dècima per sobre de l'emissora que presenta l'índex més alt d'aquest gènere (Cadena SER FM, 19,2%). La causa, malgrat el canvi, d'aquesta escassa incidència en continguts de caire esportiu radica en el fet que els esports queden pràcticament reduïts a un butlletí cada 30 minuts. La nova ràdio temàtica només inclou tres programes dedicats íntegrament a l'esport: *Hablemos del Espanyol*, espai en desconnexió local dels dies feiners d'una hora de durada; *El Tirachinas*, magazín esportiu de la matinada d'abast estatal; i la transmissió del partit de la Lliga

Professional de Futbol durant el cap de setmana. La resta d'emissions són de música, de manera que ha estat aquest el gènere que s'ha convertit en el tercer de la graella de la COPE OM i no pas l'esport, que ocupa el quart lloc.

Però aquest no és l'únic canvi. Tot i que els percentatges mostren escasses variacions, hi ha hagut modificacions importants des d'un punt de vista qualitatiu. Onda Cero (FM) ha estrenat *Ona Esportiva*, en desconnexió local de dilluns a divendres de 15.00 a 16.00 hores. Aquesta novetat fa que, durant els dies feiners, la franja del migdia (de 13.00 a 16.00 hores) es consolidi com la que inclou més esport, després de la de matinada. La COPE FM també ha introduït un espai nou en desconnexió: *Bàsquet català*, de 30 minuts de durada, l'horari del qual és dimecres a les 19.00 hores. Durant el cap de setmana, RNE-Radio 1 és l'emissora que més reforça la programació d'aquest gènere a partir de les 16.00 hores. Com a conseqüència d'aquesta operació, ara totes les cadenes, excepte Onda Rambla-Punto Radio, dediquen més del 50% de la tarda-nit del cap de setmana a l'esport. Però també s'han produït baixes. La Cadena SER OM ja no emet *Carrusel Catalunya*, un espai que apareixia la temporada anterior en desconnexió local.

Pel que fa als magazins esportius de matinada, RNE-Radio 1 ha eliminat aquesta proposta de la seva graella. Tot i aconseguir xifres d'audiència importants la passada temporada (superiors a l'espai de la COPE), el fet que el seu responsable, Julio César Iglesias, hagi tornat a encarregar-se del magazín de matí de l'emissora pública pot haver influït en aquesta decisió. Per part seva, la resta de cadenes mantenen aquest tipus d'emissió, que continua atraient molts oients: *El Larguero* (José Ramón de la Morena, Cadena SER), *El tirachinas* (José Antonio Abellán, COPE) i *Al primer toque* (J. J. Santos, Onda Cero).

Onda Rambla-Punto Radio ha optat per no incorporar aquesta mena de magazín i competeix amb la resta amb un programa innovador, *A las doce en punto* (Manuel Fuentes), emmarcat dins de l'humor. Ara bé, en el marc del magazín informatiu nocturn amb *El mirador*, de les 23.00 a les 24.00 hores, una hora abans que la resta d'emissores, Onda Rambla-Punto Radio aprofundeix en els esdeveniments esportius. De fet, aquesta és l'única aposta significativa de la cadena en l'àmbit esportiu.

### 3.1.1.5. El gènere participació

A excepció de la COPE OM i de RNE-Radio 1, aquest gènere és present a totes les emissores analitzades, fins i tot figura a la graella d'Onda Rambla-Punto Radio. La participació ja no només assoleix un percentatge significatiu a la Cadena SER (6,7%). Ara, a Onda Cero (OM) i a la COPE (FM), també hi té un pes destacat. Pel que fa a les temàtiques, han desaparegut els programes destinats a trobar amistats i n'apareix una de nova: la possibilitat d'explicar queixes i fer reclamacions com a ciutadans particulars.

L'oferta de la Cadena SER correspon a un únic títol. La cadena manté a la matinada el clàssic de la radiodifusió espanyola *Hablar por hablar* (Mara Torres), que gira entorn de les confidències de caràcter general que fa l'audiència mitjançant el telèfon i el correu electrònic. La COPE FM introdueix aquest gènere a la seva graella amb l'espai *De bona lluna*, que permet als oients de Catalunya intervenir sobre qualsevol temàtica. És a dir, en ambdós casos, l'oferta de participació es constitueix a partir d'un únic espai.

La cadena amb més varietat de programes, i també de temàtiques, és Onda Cero (OM/FM). Aquesta inclou espais de consulta mèdica i, a l'OM, també tracta una qüestió més banal, el tarot. A més, les matinades del diumenge presenta *A ver si te atreves*, un programa en què els oients poden fer reclamacions, bàsicament en qualitat de consumidors. I, a l'últim, el diumenge inclou un muntatge amb una selecció del material sonor que s'ha enregistrat a la secció de participació del magazín de matí al llarg de la setmana, *La Fosforera*.

D'altra banda, Onda Rambla-Punto Radio treballa dos temes: el tarot i les queixes. Es tracta d'un mateix programa, *I a les tres*, però amb la peculiaritat que la temàtica varia segons el dia de la setmana. Precedeix diàriament al magazín de tarda, entre les 15.00 i les 16.00 hores, i es fa en desconnexió local.

### 3.1.1.6. El gènere cultura

Totes les cadenes que oferien cultura han reduït el seu percentatge en l'edició 2004-2005. Fins i tot ha quedat eliminat de l'oferta d'Onda Cero OM. Per part seva, Onda Rambla-Punto Radio no l'inclou. Per tant, el caràcter residual d'aquest gènere és encara més evident aquesta temporada. RNE-Radio 1 continua essent l'emissora d'àmbit estatal que més temps li dedica (5%).

La majoria dels espais culturals versen sobre l'actualitat general. Així, aquests representen el 3,8% de la programació setmanal a RNE-Radio 1, l'1,8% a Cadena SER OM i l'1,6% a Cadena SER FM. Però també hi ha una oferta especialitzada en cinema. Aquesta és present a la COPE (1%), la Cadena SER OM (1%) i RNE-Radio 1 (0,5%). Els valors de la resta de programes especialitzats són gairebé insignificants, ja que la seva presència es redueix a un únic títol dins de cadascuna de les graelles. L'art i el teatre només són presents a la COPE. La literatura es troba a la Cadena SER, i RNE-Radio 1 dedica un programa a la llengua castellana, *Un idioma sin fronteras*, que va iniciar les seves emissions la temporada passada.

### 3.1.1.7. El gènere música

Només el contemplen a les seves graelles tres emissores: RNE-Radio 1, Onda Rambla-Punto Radio i COPE OM. L'emissora pública RNE-Radio 1 tan sols aborda la música clàssica, amb el programa *Clásicos populares*, tot un veterà de les ones espanyoles. Aquest es pot escoltar els dies feiners, entre les 15.00 i les 16.00 hores. Els seus presentadors són Fernando Argenta i Araceli González Campa.

Les cadenes privades fan un ús molt diferent del gènere. Onda Rambla-Punto Radio dedica més del 10% de la seva programació a la música, però es tracta d'una qüestió transitòria, circumscrita als primers mesos d'emissions, ja que l'utilitza com a element de continuïtat durant els cap de setmana, sobretot a les tardes i vespres, en espera de definir la programació definitiva. La varietat d'estils és la clau dominant, tot i que domina la música *revival*.

A la COPE OM, el gènere hi és present al llarg de la setmana a partir de les 16.00 hores i fins al punt de la mitjanit, com a conseqüència de la seva transformació en Rock & Gol. Òbviament, aquestes emissions giren entorn del *rock*, ja sigui el més clàssic o el més innovador.

### 3.1.1.8. Altres gèneres: humor, religió, entreteniment i concursos

L'humor apareix a Onda Rambla-Punto Radio i a la Cadena SER. La cadena estrenada recentment emet a les 24.00 hores, quan les seves competidores més directes es dediquen a l'esport, un espai d'humor, *A las doce en punto*.

Presentat per Manuel Fuentes, té una durada d'hora i mitja i inclou paròdies satíriques sobre l'actualitat, a més d'una entrevista. Fuentes ja feia, en temporades anteriors, un programa similar en una cadena catalana, RAC 1, amb el títol *Problemes domèstics*. Amb aquesta operació, l'humor deixa de ser un gènere exclusiu de la Cadena SER on, any rere any, va fent petites davallades. Aquesta temporada ha descendit 1,1 punts percentuals a Cadena SER FM.

Les dues cadenes que l'edició anterior emetien programes religiosos, la COPE i RNE, mantenen la seva proposta. Tanmateix, s'ha produït una davallada significativa, sobretot si es té en compte els percentatges de presència del gènere. A la COPE OM, on la religió ocupava el 4,4% de la programació la temporada 2003-2004, un any més tard s'ha reduït fins al 2,6%.

Referent a l'entreteniment, aquest es manté en l'oferta generalista estatal amb una xifra gairebé imperceptible. Tan sols ocupa el 0,5% de la programació setmanal de COPE OM. Dit d'una altra manera, cada vegada és més difícil trobar espais que emetin música variada intercalada amb comentaris personals del locutor que apel·lin majoritàriament a estats d'ànim. Aquestes emissions, classificades com a entreteniment, sovint s'ubicaven a la matinada. En canvi, ara, la nit tendeix a omplir-se amb infoentreteniment, amb magazins dinàmics i de contingut variat. Finalment, el concurs, la novetat genèrica dins d'aquest apartat, apareix a la Cadena SER. Ocupant l'1% de l'oferta setmanal, el gènere es desenvolupa en un únic espai, *Babaloo*, que s'emet dissabte a la tarda. En el programa competeixen dos equips, que han de superar diferents proves que es poden fer tant a l'estudi com al carrer.

### 3.1.1.9. La programació local

Onda Rambla-Punto Radio ha iniciat les seves emissions destinant més d'un terç de la programació a les desconnexions locals. D'aquesta manera, s'ha convertit en l'emissora que té més programació local (36,7% de la seva oferta setmanal), molt per davant de Cadena SER FM (25%) i de COPE FM (24,1%). En comparació de la temporada anterior, el canvi més important apareix a Onda Cero FM, on la programació local baixa 14 punts percentuals arran de la desaparició d'Onda Rambla-Cadena Onda Cero. Al contrari, la desconnexió s'amplia

lleugerament a la COPE i a Onda Cero OM. La resta, RNE-Radio 1 i Cadena SER, s'han mantingut estables.

Informació, infoentreteniment i esport continuen essent els gèneres que més predominen en el conjunt de l'oferta local de les cadenes estatals. Gairebé són presents a totes les programacions, amb algunes excepcions puntuals. No obstant això, no totes les cadenes actuen de la mateixa manera:

- COPE. A l'Ona Mitjana, els gèneres més destacats són l'esport i l'infoentreteniment, és a dir, la informació queda relegada al tercer lloc. Al contrari, a la Freqüència Modulada, domina el gènere de la informació, seguit de la participació. Aquest últim és una incorporació nova a la graella local, com també ho és la religió a la FM després de la seva absència la temporada passada.
- Onda Cero. L'oferta de les seves dues freqüències és pràcticament la mateixa, hi destaquen la informació i l'infoentreteniment. L'única diferència es dona els dies feiners, entre les 15.00 i les 16.00 hores: mentre l'OM es dedica a la participació, la FM ofereix esport. Respecte de l'any passat, Onda Cero ha reduït la seva oferta genèrica considerablement. A l'OM, ja no emet esport ni tampoc cultura. A la FM, ha desaparegut música, participació i entreteniment.
- Onda Rambla-Punto Radio. Només destaquen l'infoentreteniment i la informació.
- RNE-Radio 1. Manté les seves connexions amb Ràdio 4 al migdia, per tal d'oferir informació i actualitat esportiva.
- La Cadena SER. Malgrat que sempre afavoreix la informació i l'infoentreteniment, és l'única que aporta humor, i és en la programació local on ha introduït la novetat de la temporada, el concurs. La desaparició de participació i entreteniment a la FM ha incrementat l'homogeneïtzació entre les seves dues freqüències.

Dins el terreny de la informació, l'Actualitat és el contingut més destacat. Ara bé, la COPE FM i Onda Rambla-Punto Radio presenten una elevada varietat d'especialitzacions. La COPE FM manté espais sobre viatges, nàutica i entrevistes personals i alhora n'inclou de nous: gastronomia, salut i política. Pel que fa a Onda Rambla-Punto Radio, el que s'ha produït és un traspàs de títols des de l'antiga Onda Rambla-Cadena Onda Cero. Així, ofereix espais que ja eren presents a l'oferta generalista de la

**Quadre 11. Classificació per gèneres de la programació radiofònica local de les emissores d'àmbit estatal. Emissores amb programació d'àmbit estatal i local. Període 2004-2005**

		IN	IN/EN	ES	HU	MU	PA	CU	CO	RE	TOTAL
COPE	OM	2	5	4,3	-	-	-	0,5	-	1,4	13,2
	FM	9,5	4,9	1,5	-	-	6,4	1	-	0,8	24,1
Onda Cero	OM	8,7	2,7	-	-	-	2,7	-	-	-	14,1
	FM	8,7	2,7	2,7	-	-	-	-	-	-	14,1
Onda Rambla Punto Radio		11,9	23	-	-	0,2	1,6	-	-	-	36,7
RNE-1		3,0	-	1,4	-	-	-	-	-	-	4,4
SER	OM	6,7	4,7	1,2	1,5	-	-	1,7	1	-	16,8
	FM	8,2	6,9	5,8	1,5	-	-	1,6	1	-	25

Font: Elaboració pròpia  
(% sobre total setmana)

temporada anterior; hi destaquen els dedicats a la salut i a l'economia, però també hi són presents altres temes: aeronàutica, gastronomia i motor. I, al mateix temps, n'ha introduït un de nou sobre estil de vida.

Amb relació a la ubicació horària de la programació local, cal diferenciar els dies feiners i el cap de setmana:

- De dilluns a divendres: el segment que concentra un major nombre d'emissions locals continua essent el migdia, de les 13.00 a les 16.00 hores. Onda Rambla-Punto Radio omple aquest període amb programes locals exclusivament, a la Cadena SER aquests programes assoleixen el 72,2%, i la COPE presenta xifres diferents segons la freqüència: 51,6% (OM) i 76% (FM). Tot i això, entre les 16.00 i les 20.00 hores també s'observen xifres destacades, ja que la mitjana d'ocupació de la programació local és del 21,5%. El comportament més diferenciat és el de RNE-Radio 1: durant el migdia la desconnexió local només ocupa un 22,7% de la franja i a la tarda-vespre no fa cap desconnexió.
- Durant el cap de setmana: la situació no resulta tan homogènia, ja que només coincideixen en el fet de no incloure programació local entre les 20.00 i les 24.00 hores. Dissabte i diumenge no es pot parlar d'un segment horari per excel·lència, atès que cada emissora aplica estratègies diferents. Onda Cero no emet programació local en cap moment i RNE-Radio 1 la concentra en un únic període, entre les 13.00 i les 16.00 hores (27,7%). Per a la Cadena SER i COPE OM, el migdia és el segment predilecte, però per a Onda Rambla-Punto Radio ho és la matinada, i per a COPE FM, el matí.

### 3.1.2. Les emissores d'àmbit català

#### 3.1.2.1. Descripció general de l'oferta

Com a les estacions espanyoles, l'edició d'enguany ha estat afectada també per canvis de professionals i programes. Però, malgrat aquests moviments, les estratègies quant als gèneres oferts mostren una tendència cap a la continuïtat.

Si bé s'han produït tres baixes, els gèneres desapareguts ja tenien una escassa presència la passada edició. La Ficció ha abandonat la graella de Catalunya Ràdio, però només havia estat present part de la temporada anterior amb l'adaptació de la trilogia d'Alfred Bosch *1714. Ona Catalana* ha eliminat el concurs, una de les novetats del 2003-2004, i juvenil ja no forma part de Ràdio 4, com a conseqüència d'un canvi a l'estil del clàssic programa *La taverna del llop* (José María Carrasco), que aquesta edició s'ha classificat dins del gènere música.

Els dos gèneres que ocupen més del 50% de les graelles continuen essent informació i infoentreteniment, la suma del valor d'ambdós oscil·la entre el 51,4% de RAC 1 i el 76,3% d'Ona Catalana. Ara bé, tot i compartir aquest tret global, les polítiques de cadascuna de les emissores respecte a aquests dos gèneres no són exactament iguals:

- Catalunya Ràdio continua refermant la informació durant els dies feiners. De dilluns a divendres, aquest gènere ocupa el 53,2% de la seva graella, és a dir 5 punts més que en l'edició anterior, mentre que l'infoentreteniment no arriba ni a la cinquena part de la seva oferta. En canvi, durant el cap de setmana ha fet modificacions estratègiques. Si l'any passat donava prioritat a l'infoentreteniment sobre la informació, enguany és l'esport el que supera ambdós gèneres.
- COMRàdio ha incrementat 9 punts la informació i alhora redueix, amb la mateixa proporció, l'infoentreteniment. Com a resultat d'això, els valors dels dos gèneres s'apropen als de Catalunya Ràdio durant els dies feiners: 48,3% de la informació i 19% de l'infoentreteniment. Al contrari, al cap de setmana, s'afavoreix l'equilibri. Ambdós gèneres se situen entorn del 26%.
- Ona Catalana ha rebaixat 7 punts percentuals la informació i alhora ha incrementat 13 punts l'infoentreteniment. Així, el gènere híbrid s'ha convertit en el principal al llarg dels set dies de la setmana.
- RAC 1 rebaixa lleugerament ambdós gèneres, però continua mantenint el predomini de l'infoentreteniment, sobretot durant el cap de setmana. Amb aquesta davallada (de 2 punts), la informació s'ha convertit en el tercer gènere de la seva graella, darrere de l'esport.
- Ràdio 4, igual que RAC 1, redueix mínimament aquests dos gèneres, però manté la mateixa situació que en

l'edició anterior: la informació apareix lleugerament per sobre de l'infoentreteniment durant els dies feiners i durant el cap de setmana es dona la situació inversa.

El tercer gènere que també forma part de totes les graelles és l'esport. Però, tal com succeïa amb els dos pilars bàsics, la diversitat està garantida a les graelles estàndard:

- Catalunya Ràdio, tot i que manté pràcticament el mateix valor global de l'esport, aquest ha pujat 10 punts percentuals durant el cap de setmana. Aquest fet ha convertit Catalunya Ràdio en la més esportiva del cap de setmana, amb un 24,9%. En canvi, els dies feiners, l'esport és un gènere minoritari.
- COMRàdio, al contrari, n'ha incrementat el valor durant els dies feiners, i es converteix en la segona que dona més informació esportiva de dilluns a divendres, darrere de RAC 1. Durant el dissabte i el diumenge, l'esport és un gènere poc significatiu a la seva graella.
- A Ona Catalana, l'esport ha sofert una davallada de 3 punts. En el marc de la seva oferta, és l'últim gènere en el rànquing dels dies feiners i el tercer del cap de setmana.
- RAC 1 és la que més temps dedica a l'esport. És el segon contingut més important de la seva oferta. L'incrementa 7 punts durant els dies feiners, amb la qual cosa aquest adquireix el mateix valor que la informació durant aquest període de la setmana (23,3%) i es destaca com la cadena més esportiva. Durant el cap de setmana, tot i que també reforça el gènere de l'esport fins a ocupar el 21,4% de l'oferta, no arriba a sobrepassar el valor de Catalunya Ràdio (24,9%).
- Ràdio 4 és la més estable. La cadena pública va reforçar el gènere durant la temporada 2003-2004 i ara a penes introdueix modificacions.

La resta de gèneres es poden classificar en dos grups:

- a) Gèneres minoritaris però inclosos a la majoria de graelles: humor, música, participació i cultura. Totes les cadenes que els emetien en l'edició anterior, ho continuen fent, amb un major o menor percentatge. La cultura és l'únic gènere que rep un tractament comú, ja que enguany totes les emissores l'incrementen. Les pujades més destacades són a Catalunya Ràdio (5 punts) i a COMRàdio (3 punts), de manera que

aquest gènere passa a ocupar un percentatge similar en ambdues graelles (entorn del 7%).

- b) Gèneres amb una presència irrellevant: juvenil, entreteniment i religió. Els dos primers únicament formen part de COMRàdio i el tercer és present a Catalunya Ràdio. En tots es repeteix el mateix valor percentual de la darrera temporada.

Pel que fa a les redifusions, són molt més significatives a les cadenes autonòmiques que no pas a les estatals. Totes les cadenes, en major o menor grau, fan reemissions d'espais. Habitualment s'emeten a la matinada, tot i que a RAC 1 i a Ona Catalana també apareixen durant la programació diürna del cap de setmana, i el gènere més reaprofitat és l'humor.

La redifusió arriba a ocupar una quarta part de les programacions de RAC 1 i Ona Catalana, emissores que han incrementat la seva incidència en aquesta edició, encara que no de la mateixa manera. RAC 1 ha augmentat les reemissions en 3 punts percentuals, oferint humor i esport; en canvi, a Ona Catalana, el creixement ha estat menor (0,8%) i els gèneres afectats són infoentreteniment i informació. Pel que fa a aquest últim gènere, cal assenyalar que correspon a la reutilització de dos programes especialitzats, *El tren de la història* i *Game over*, que durant el cap de setmana poden assolir quatre emissions cadascun; la primera es produeix a l'inici de la jornada de dissabte. Des d'aquest vessant, RAC 1 i Ona Catalana només coincideixen a presentar el cap de setmana una redifusió de fragments dels magazins de matí que emeten de dilluns a divendres.

Ràdio 4 també ha augmentat l'índex de redifusions (3 punts) però sense arribar a assolir quotes tan altes, ja que només representen un 8,1% de la seva programació total. En aquest cas, els gèneres afectats són música i humor. Catalunya Ràdio i COMRàdio han optat per mantenir els mateixos valors que en l'edició anterior: COMRàdio, el 12%, i Catalunya Ràdio, el 0,5%. COMRàdio, a més d'humor, com ja feia l'any passat, ha afegit a la llista l'esport. Catalunya Ràdio, que la temporada passada feia redifusions de música, les ha substituït per humor.

### 3.1.2.2. El gènere infoentreteniment

Amb relació a la presència dels gèneres d'informació i d'infoentreteniment, podria considerar-se que s'ha aplicat

una política de continuïtat: es manté com el primer a RAC 1 i a Ràdio 4, i continua sent el segon a Catalunya Ràdio i a COMRàdio. L'única excepció és Ona Catalana, que ha fet un gir en la concepció de la seva programació. Si l'any passat la informació era el gènere que més destacava, ara és l'infoentreteniment, a causa d'una pujada de 13 punts percentuals d'aquest últim i una rebaixa de 7 de la informació. En definitiva, infoentreteniment és el gènere principal a tres de les cinc emissores generalistes autonòmiques.

Tot i això, la majoria de cadenes han disminuït els percentatges globals d'infoentreteniment, a excepció de Catalunya Ràdio que ha optat per mantenir-los i Ona Catalana que els ha augmentat. La davallada més significativa ha estat la de l'emissora pública COMRàdio, amb una rebaixa de 9 punts en benefici de la informació, que es concentra en els dies feiners. Les graelles d'aquest any de RAC 1 i Ràdio 4 també han comportat un descens del gènere infoentreteniment, però han estat menors que a COMRàdio (solament han rebaixat un 3%). A més, han afavorit gèneres diferents: l'esport a RAC 1, i l'humor i la música a Ràdio 4.

Si en les cadenes d'àmbit estatal el més habitual és que l'infoentreteniment no abordi cap especialització temàtica, en el cas de les catalanes, a més dels programes de contingut variat, també es produeix una tendència cap a l'especialització. Enguany, com en l'edició anterior, apareixen noves propostes especialitzades i se'n van consolidant algunes de les existents. A Catalunya Ràdio, continua tractant-se la gastronomia amb *Tapes variades* i la interculturalitat amb *Catalunya sense fronteres*. A Ràdio 4, les ciències ocultes s'aborden a *Enigmes i misteris*, però a més, en aquesta temporada s'aprofundeix en la sexologia des del programa *El punt G* de les matinades. Precisament, aquesta última temàtica desapareix a RAC 1, emissora que s'estrena en les ciències ocultes amb el programa *Misteris*. COMRàdio, que referma la temàtica social-familiar amb el programa *Sense recepta*, estrena una iniciativa molt particular amb l'espai *El club*: les activitats del club de lectors del diari *El Periódico de Catalunya*.

Pel que fa al format, el magazín continua sent el més comú en la producció d'infoentreteniment, ja sigui en la seva modalitat clàssica o en les definides a partir de la ubicació horària. En termes generals, la majoria

**Quadre 12. Classificació per gèneres de la programació radiofònica de les emissores d'àmbit català. Període 2004-2005**

	IN	IN/EN	ES	HU	MU	PA	CU	JU	EN	RE
<b>Catalunya Ràdio</b>	43,7	19,9	12,6	0,2	8,2	7,7	7,5	-	-	0,2
<b>COMRàdio</b>	41,9	21,9	9,1	5,5	7,6	4,3	7	2,1	0,6	-
<b>Ona Catalana</b>	30,6	45,7	7,5	-	8,1	8,1	-	-	-	-
<b>RAC 1</b>	20,9	30,5	22,7	15,5	-	4,7	5,7	-	-	-
<b>Ràdio 4</b>	29	29,7	4,4	7,7	23,4	-	5,8	-	-	-

Font: Elaboració pròpia  
(% sobre total setmana)

**Quadre 13. Classificació per gèneres de la programació radiofònica dels dies feiners de les emissores d'àmbit català. Període 2004-2005**

	IN	IN/EN	ES	HU	MU	PA	CU	JU	EN	RE
<b>Catalunya Ràdio</b>	53,2	19	7,7	-	4,6	7,7	7,8	-	-	-
<b>COMRàdio</b>	48,3	19	10,5	6,9	4,6	6,1	4,6	-	-	-
<b>Ona Catalana</b>	27,8	47,9	5,9	-	7,7	10,7	-	-	-	-
<b>RAC 1</b>	23,3	24,6	23,3	14,4	-	6,5	7,9	-	-	-
<b>Ràdio 4</b>	31,3	30,9	5,5	10,9	15,7	-	5,7	-	-	-

Font: Elaboració pròpia  
(% sobre la programació de dilluns a divendres)

**Quadre 14. Classificació per gèneres de la programació radiofònica del cap de setmana de les emissores d'àmbit català. Període 2004-2005<sup>57</sup>**

	IN	IN/EN	ES	HU	MU	PA	CU	JU	EN	RE
<b>Catalunya Ràdio</b>	19,6	21,9	24,9	0,9	17,3	7,6	6,9	-	-	0,9
<b>COMRàdio</b>	25,6	28,6	5,9	2	15	-	13,3	7,6	2	-
<b>Ona Catalana</b>	37,2	40,2	11,2	-	9,5	1,9	-	-	-	-
<b>RAC 1</b>	15,1	45	21,4	18,5	-	-	-	-	-	-
<b>Ràdio 4</b>	22,8	26,8	1,7	-	42,8	-	5,9	-	-	-

Font: Elaboració pròpia  
(% sobre la programació de dissabte i diumenge)

d'emissores han mantingut les tipologies que ja funcionaven en la darrera edició, amb l'excepció de la desaparició del magazín de resum a Catalunya Ràdio i a Ràdio 4. De fet, aquests magazins de resum ja presentaven percentatges mínims en el conjunt de l'oferta la temporada anterior: 2,8% a Catalunya Ràdio i 0,5% a Ràdio 4. Totes les emissores conserven els magazins de matí i tarda dels dies feiners i també els de cap de setmana.

Quant als magazins de curta durada, que es denominen clàssics, Ona Catalana ha fet una forta aposta. En aquesta edició, ha estrenat *Històries de...*, un magazín en desconexió local que s'emet de dilluns a divendres tot just després del magazín del matí. És a dir, Ona Catalana segueix un comportament similar al de les cadenes estatals amb les seves desconexions. Els magazins clàssics també s'incrementen a Ràdio 4. Però, en aquest cas, es deu a la proliferació de programes de contingut especialitzat.

Respecte als magazins definits per la seva ubicació horària, hi ha hagut diferents variacions. L'excepció ha estat Catalunya Ràdio, que ha seguit una política d'estabilitat. Aquesta decisió resulta lògica, atès que els seus magazins de matí i de tarda continuen sent els més escoltats: *El matí*

*de Catalunya Ràdio* (Antoni Bassas), que ha avançat el seu inici a les 7 del matí, i *Versió Original* (Toni Clapés). La resta de cadenes, al contrari, han fet canvis:

- COMRàdio és l'emissora que presenta més modificacions, apropant-se a les estratègies de Catalunya Ràdio. D'una banda, ha reforçat significativament el magazín de tarda amb el traspàs a la tarda de *Catalunya Plural* (Sílvia Cópulo), que la temporada anterior s'emetia després del magazín de matí. A més, n'ha ampliat una hora la durada. En canvi, la cadena ha rebaixat el contingut d'infoentreteniment al magazín del matí, *La República* (Joan Barril), allargant el bloc informatiu del principi.
- RAC 1 també ha refermat el magazín de tarda, amb la incorporació de *Primers Auxilis* (Adam Martín). Aquest programa s'emetia, amb una durada inferior, a COMRàdio l'edició passada. Al matí, RAC 1 ha substituït *L'hora del pati* (Albert Om) per *El món a Rac 1* (Xavier Bosch).
- Ona Catalana, tot i que manté el magazín de tarda *El rosari de l'aurora* (Quim Morales i Oriol Parreño), ha estrenat un magazín nou, *Un altre món* (Jordi Duran).



Ara, la cadena disposa de dos magazins de tarda, de dues hores de durada cadascun, circumstància que representa una situació força peculiar en el conjunt de l'oferta generalista. Al matí, continua *Accents* (Neus Bonet).

- Les variacions de Ràdio 4 han afectat bàsicament el magazín de matinada dels dies feiners. Aquest programa, que ja va reduir la seva durada la temporada passada, enguany ha estat finalment eliminat. Actualment la cadena ha apostat per un espai d'aquest mateix gènere, però especialitzat en sexologia, i per la reposició d'un programa d'humor, la primera edició del qual s'emet els vespres dels dies feiners. A més, la cadena pública ha substituït el magazín de cap de setmana de l'edició passada (*Sense límits*) per un de nou titulat *Obert els festius*. Es manté el magazín del matí *Dia a la vista* (Fran Domènech) i el de la tarda *Amb molt de gust* (Sílvia Tarragona).

En resum, cada estació ha aplicat diferents estratègies de programació sobre l'infoentreteniment, tot i que els percentatges globals donaven a entendre que el gènere mantenia uns paràmetres molt similars als de la temporada passada. En realitat, l'única emissora que ha actuat des d'una política estable ha estat Catalunya Ràdio.

### 3.1.2.3. El gènere informació

Només dues cadenes, de les cinc que formen aquest apartat, col·loquen la informació com a gènere bàsic: Catalunya Ràdio i COMRàdio, ja que li assignen més del 40% de les seves emissions setmanals. Durant els dies feiners es comporten de manera semblant, i es detecta només una diferència de 4,9 punts a favor de Catalunya Ràdio. Durant el cap de setmana també coincideixen a deixar la informació en un segon lloc, però ho fan en benefici de diferents gèneres: Catalunya Ràdio reforça l'esport, i COMRàdio, l'infoentreteniment. A Ona Catalana, la informació ha esdevingut el segon gènere, com a conseqüència de la seva nova política programàtica. La informació també ocupa el segon lloc a Ràdio 4. Finalment, l'emissora que li dedica menys atenció és RAC 1: en l'edició anterior la informació ocupava el segon lloc, ara apareix en el tercer, darrere de l'infoentreteniment i de l'esport.

L'actualitat es manté com a principal contingut especia-

litzat en totes les emissores. Durant els dies feiners, la seva mitjana d'ocupació és del 31,7% de l'oferta. Les públiques presenten els índexs més alts: Catalunya Ràdio, 41%, i COMRàdio, 40,3%. De fet, ambdues han incrementat la incidència d'aquesta temàtica: Catalunya Ràdio, en 5 punts percentuals, i COM Radio, en 15. Dissabte i diumenge, tot i que aquesta temàtica continua destacant, l'actualitat a penes supera el 10% de la programació, essent RAC 1 la que presenta l'índex més baix (5,6%) fruit d'una davallada de 5 punts d'aquest tipus de contingut.

Respecte a les altres temàtiques, la seva oferta continua sent superior durant els caps de setmana. Fins i tot Ràdio 4, que l'any passat va abandonar aquesta estratègia, l'ha tornat a recuperar enguany. Els temes que tenen més força en el conjunt de l'oferta generalista a Catalunya són: noves tecnologies, història i viatges. Excepte RAC 1, totes les emissores dediquen un espai a les noves tecnologies de la informació i la comunicació des de diferents perspectives. Cal destacar, però, la presència que aquesta temàtica assoleix a Ona Catalana, que ha passat del 3,8% al 9,5% de l'oferta del cap de setmana, com a conseqüència de les reposicions del programa *Game over*. Els espais dedicats a història i viatges apareixen a tres graells, i queden fora de RAC 1 i Ràdio 4. Altres especialitzacions que apareixen, almenys a dues emissores, són: gastronomia (COMRàdio i Ona Catalana), món rural (Ona Catalana i Ràdio 4) i entrevista personal (Catalunya Ràdio i COMRàdio).

Finalment, són temes exclusius de les cadenes públiques: Europa i interculturalitat (Catalunya Ràdio); qüestions humanitàries (COMRàdio) i ciències, consum, política i universitat (Ràdio 4). Cal afegir, a més, que Europa i interculturalitat són dues novetats a la graella del 2004-2005 de Catalunya Ràdio. Corresponen als títols *El rapte d'Europa*, centrat sobre les activitats i polítiques de la Unió Europea, i *Vents del Nord, vents del sud*. Ambdós s'emeten la tarda del dissabte, com a continguts de servei públic.

Dins de l'apartat de viatges és on s'han produït més canvis. En primer lloc, cal destacar un traspàs entre cadenes: *Carretera i manta*, que en l'edició anterior s'emetia per COMRàdio, ara ha passat a Ona Catalana amb un nou títol, *Toca el dos!*. COMRàdio cobreix ara aquest tema amb *Geografies*. D'altra banda, ha desaparegut *Quilòmetre 1* a RAC 1.

**Quadre 15. Emissores d'àmbit català: distribució de l'infoentreteniment per formats.**  
**Període 2004-2005**

	Total magazín	M. desp.	M. matí	M. tarda	M. matinada	M. cap de setmana	M. resum
<b>Catalunya Ràdio</b>	8,2	6,7	27,5	41,1	-	16,5	-
<b>COMRàdio</b>	15	-	25	37,5	7,5	15	-
<b>Ona Catalana</b>	15,2	-	11,9	47,8	-	19,2	5,9
<b>RAC 1</b>	9	14,7	18	27	-	26	5,3
<b>Ràdio 4</b>	18,4	9,2	30,2	27,5	3,7	11	-

Font: Elaboració pròpia  
 (% sobre total d'IN/EN)

**Quadre 16. Emissores d'àmbit català: classificació de la informació especialitzada**  
**(cap de setmana / 2004-2005)**

	Actual.	Gastron.	Història	Rural	Viatges	Temes variats	Altres
<b>Catalunya Ràdio</b>	10	-	1,9	-	2	-	<b>Entrevista personal: 10,9</b>
							<b>Europa: 1,9</b>
							<b>Intercultura: 1,9</b>
<b>COM Ràdio</b>	13,9	3,9	1,9	-	2	-	<b>Humanitari: 3,9</b>
<b>Ona Catalana</b>	11,6	0,8	9,5	3,9	-	1,9	<b>Noves tecnologies: 9,5</b>
<b>RAC 1</b>	5,6	-	-	-	-	9,5	-
<b>Ràdio 4</b>	13	-	-	0,9	-	-	<b>C. audiov.: 2</b>
							<b>Ciències: 2</b>
							<b>Consum: 2</b>
							<b>Política: 0,9</b>
							<b>Universitat: 2</b>

Font: Elaboració pròpia  
 (% sobre programació de dissabte i diumenge)

**Quadre 17: Emissores d'àmbit català: classificació de la informació especialitzada.**  
(dies feiners / 2004-2005)

	Actualitat	Comunic. audiov.	Entrev. personal	Història	Noves tecnolog.	Viatges	Temes variats
<b>Catalunya Ràdio</b>	41	-	-	-	0,8	-	11,4
<b>COMRàdio</b>	40,3	-	4,2	0,8	3	-	-
<b>Ona Catalana</b>	23,3	-	-	-	-	4,5	-
<b>RAC 1</b>	23,3	-	-	-	-	-	-
<b>Ràdio 4</b>	30,6	0,7	-	-	-	-	-

Font: Elaboració pròpia

(% sobre programació de dilluns a divendres)

Tot i aquest llistat de temàtiques, també s'han detectat baixes. El major nombre de desaparicions s'ha donat a RAC 1. Aquesta cadena, que l'any passat ofería 5 tipus de continguts informatius, ara els ha reduït a dos: actualitat i temes variats. COMRàdio ha deixat d'emetre *Mobilitat sostenible* (Medi ambient) i, com és lògic, *Fòrum 2004* (Fòrum Universal de les Cultures). A Ràdio 4 destaca l'omissió de *Gent del món*, un programa que versava sobre l'actualitat, però tractada des d'un punt de vista social-humanitari amb una important participació d'especialistes. Catalunya Ràdio ha eliminat l'espai dedicat a economia, i ha integrat aquesta temàtica en el magazín d'actualitat, *Catalunya Nit*, que així ha vist incrementat el seu temps d'emissió. És la mateixa estratègia que ha aplicat Onda Rambla-Punto Radio.

L'anàlisi de les graelles mostra canvis significatius amb relació a la distribució del gènere en els segments horaris. La informació és un gènere sempre present al *continuum* radiofònic, ja que, si més no, l'emissió dels butlletins horaris està garantida, tret que es produeixin transmissions esportives, situació que acostuma a afectar generalment el cap de setmana. Al marge d'aquesta evidència, cada estació ha optat per enfortir la presència del gènere en uns segments en detriment d'altres, i ha aplicat diferents estratègies en funció del període setmanal:

- Catalunya Ràdio ha incrementat la informació de manera molt significativa entre les 6.00 i les 16.00 hores de dilluns a divendres; de fet les últimes tres hores d'aquest període són 100% informació. A la franja del matí, l'augment ha estat de 13 punts amb el nou programa *Tal dia farà un any*, que s'emet de 12.00 a 13.00 hores. A la del migdia, ha pujat 14 punts amb un altre nou programa, *Si més no*, de 15.00 a 16.00 hores. També s'ha detectat un increment en la franja de matinada (3 punts) gràcies al canvi horari de *L'internauta*, que ha passat del dissabte a la tarda a la matinada de dilluns. Per contra, a la nit ha disminuït (6 punts) com a conseqüència de l'avançament de l'emissió del programa d'esports a les 23.30 hores. Durant el cap de setmana, les transformacions més significatives es donen a partir de les 13.00 hores. Al migdia, entre les 13.00 i les 16.00 hores, la informació baixa 15 punts, i deixa pas a l'infoentreteniment, la cultura i la música. Entre les 16.00 i les 20.00 hores, s'incrementa per la incorporació de dues temàtiques noves: Europa i interculturalitat. A partir de les 20.00 hores, la informació baixa 26 punts i queda reduïda a un 2% de la franja, com a conseqüència de l'emissió d'esport.
- COMRàdio també ha incrementat la informació entre les 6.00 i les 13.00 hores dels dies feiners, de manera que

la seva distribució de la informació s'assembla molt a la de Catalunya Ràdio. Entre les 6.00 i les 13.00 hores, l'augment ha estat de 42 punts com a conseqüència de l'ampliació del bloc informatiu inicial del magazín del matí. L'increment de la informació entre les 13.00 i les 16.00 hores ha estat superior, de 63 punts, a causa de les emissions diàries de l'informatiu local *BCN Informatiu* —en la temporada anterior situat a les 21.00 hores— i del programa d'entrevistes personals *Tal com som*, en substitució de *Primers auxilis*. A més, *Les notícies del vespre*, que la temporada passada duraven 30 minuts, han duplicat la seva durada. Durant els caps de setmana, s'observa que el segment que guanya presència informativa és el del migdia (25 punts) gràcies a dos programes especialitzats, el nou *Geografies* (Viatges) i *Tots per tots* (Qüestions humanitàries), que passa de les 22.00 hores a les 15.00 hores del diumenge.

- A Ona Catalana, la desaparició d'*Ona migdia* i *Ona vespre* provoca una davallada de 47 punts percentuals en la franja del migdia i de 23 punts en la de tarda dels dies feiners, mentre que la reducció produïda al matí del cap de setmana (13 punts) és l'efecte de la desaparició d'algunes redifusions d'informació especialitzada. L'únic

augment detectat es produeix a les matinades del cap de setmana (7 punts) i s'obté per les diferents reedicions de dos programes especialitzats, *El tren de la història* i *Game over*.

- A Rac 1, on la Informació és el tercer gènere, durant els dies feiners gairebé no s'han produït canvis i el gènere continua ocupant un percentatge considerable només al matí, amb el magazín *El Món a RAC 1*. Durant el cap de setmana, la informació queda reduïda als butlletins i a la redifusió de fragments de l'esmentat magazín del matí.
- Ràdio 4, des d'un punt de vista global, redueix lleugerament la informació, a penes 1 punt. Però si s'analitza detalladament la distribució del gènere al llarg de la jornada, s'observa que s'ha produït una baixada de 36 punts els dies feiners entre les 20.00 i les 24.00 hores. Això es deu majoritàriament al retorn dels programes especialitzats al cap de setmana, després d'haver experimentat la seva ubicació a les 20.00 hores dels dies feiners el 2003-2004. Com a conseqüència d'aquest retorn, entre les 6.00 i les 16.00 hores de dissabte i diumenge la informació ha tornat a pujar. L'únic programa que ha desaparegut realment de la graella és *Gent del món*, que s'oferia de dilluns a divendres de 21.00 a 22.00 hores.

**Quadre 18. Emissores d'àmbit català: distribució de la informació per segments horaris.**  
(dies feiners / 2004-2005)

	24.00/06.00	06.00/13.00	13.00/16.00	16.00/20.00	20.00/24.00
<b>Catalunya Ràdio</b>	10,2	73,8	100	31,2	68,8
<b>COMRàdio</b>	23,6	60,8	83,4	31,2	54
<b>Ona Catalana</b>	8,3	60,7	36,1	8,3	12,9
<b>RAC 1</b>	1,3	60,8	8,3	8,3	16,6
<b>Ràdio 4</b>	14,5	44	22,2	18,7	54,1

Font: Elaboració pròpia  
(% sobre la programació de cada segment horari)

**Quadre 19. Emissores d'àmbit català: distribució de la informació per segments horaris.**  
(cap de setmana / 2004-2005)

	24.00/06.00	06.00/13.00	13.00/16.00	16.00/20.00	20.00/24.00
<b>Catalunya Ràdio</b>	15,3	22	37,6	26	2
<b>COMRàdio</b>	8,4	41	68	8,3	10,5
<b>Ona Catalana</b>	23,6	47,7	61,2	5,2	53,2
<b>RAC 1</b>	1,3	7	54	28	8,4
<b>Ràdio 4</b>	8,4	31,6	69,4	8,4	8,3

Font: Elaboració pròpia  
(% sobre la programació de cada segment horari)

#### 3.1.2.4. El gènere esport

En termes generals, les característiques que defineixen la presència d'aquest gènere a les graelles de les emissores autonòmiques generalistes són tres:

- a) Els índexs percentuals són força similars als de la temporada passada, a excepció de RAC 1, que presenta un increment de 5 punts percentuals.
- b) Cada estació segueix estratègies generals diferents. Així, mentre que a RAC 1 l'esport supera el 20% de la programació, a Catalunya Ràdio no arriba al 13% i a la resta presenta xifres encara inferiors.
- c) El futbol i el seguiment del Barça, però també de l'Espanyol, continuen sent els continguts preferents d'aquests programes.

Però, tot i que pugui semblar que la continuïtat és el principal argument, s'han detectat canvis en els plantejaments de la programació d'aquest gènere. Així, una tendència força generalitzada ha estat la concentració de l'esport a la franja de la nit (20.00-24.00 hores) durant els dies feiners. A més, els serveis esportius principals, de 30 minuts i ubicats just abans o després dels informatius principals, tendeixen a adquirir entitat pròpia, augmentar la durada i programar-se independentment com un altre gènere. Com a conseqüència de tot això, apareix una forta competència entre determinades emissores:

- Catalunya Ràdio i RAC 1 són les úniques que inclouen un magazín nocturn esportiu. L'espai de la cadena pública *Teva, meva* (Jordi Itúrria i Coia Ballesté) comença a les 23.30 i acaba a les 00.30 de dimarts a dissabte, i dura fins a la 1.00 el dilluns. RAC 1 estrena *Tu diràs*, presentat per Jordi Basté (abans a Catalunya Ràdio), entre les 23.00 hores i la 1.00 de la matinada els set dies de la setmana. A més, RAC 1 el torna a emetre entre les 4.00 i les 6.00 de la matinada.
- COMRàdio i Ràdio 4 entren en confrontació directa els dies feiners entre les 21.00 i les 22.00 hores. Ambdues programen a aquesta hora un magazín esportiu: *Ara Esports* (COMRàdio) i *El marcador* (Ràdio 4). Aquest últim substitueix *Xerraesports*.
- A l'últim, l'horari del magazín esportiu dels dies feiners *Ona Esport Vespre* (Ona Catalana) coincideix en gran part amb *Força Esports* (Catalunya Ràdio). El primer s'emet entre les 20.00 i les 21.00 hores i el segon, entre les 20.15 i les 21.00 hores.

Pel que fa al cap de setmana, una actuació coincident s'ha donat entre Catalunya Ràdio i RAC 1, que reforcen el gènere de l'esport a partir de les 16.00 hores. La cadena pública ha estrenat *Tot gira*, amb una emissió el dissabte (18.00 a 22.00 hores) i una altra el diumenge (16.00 a 23.00 hores). Això no sols ha modificat el percentatge de

**Quadre 20. Emissores d'àmbit català: distribució de l'esport per segments horaris  
(dies feiners / 2004-2005)**

	24.00/06.00	06.00/13.00	13.00/16.00	16.00/20.00	20.00/24.00
<b>Catalunya Ràdio</b>	9,8	-	-	-	31,2
<b>COMRàdio</b>	18,4	-	16,6	-	23
<b>Ona Catalana</b>	-	-	16,6	-	22,9
<b>RAC 1</b>	50	-	8,3	22,9	35,4
<b>Ràdio 4</b>	-	-	13,9	-	23

Font: Elaboració pròpia  
(% sobre la programació de cada segment horari)

presència, sinó també la forma d'oferir l'esport. D'entrada, els butlletins horaris esdevenen esportius i la informació general apareix a continuació. Al programa hi són convidats actors, escriptors i altres agents socials no necessàriament relacionats amb la pràctica esportiva professional, que parlen de la seva activitat i opinen sobre qüestions referents a l'esport. És una mena d'hibridació entre esport i entreteniment, que ja es contempla també en algunes emissores generalistes estatals. Pel que fa a RAC 1, aquest increment del gènere a les tardes del cap de setmana correspon a una ampliació de la durada del programa de diumenge, *La lliga*, ara de 16.00 a 21.00 hores. De la resta de cadenes, només una té un espai similar: Ona Catalana emet el diumenge *Ona Esport*, amb el mateix horari que l'espai de RAC 1. En canvi, COMRàdio ha substituït *Ara esports competició* per *COM Diumenge* (infoentreteniment). Però, malgrat que COMRàdio i Ràdio 4 no presentin un espai esportiu a la seva graella estàndard, no vol dir que no tractin l'esport, ja que ho fan sempre que es produeixen retransmissions de partits de futbol.

Quant als comportaments individuals més significatius, cal destacar la desaparició del servei esportiu principal del migdia a Catalunya Ràdio, atès que l'esport ha passat a formar part de *L'informatiu del migdia*. En canvi, RAC 1 ha estrenat un servei esportiu principal al migdia, de dilluns a

divendres, de tan sols un quart d'hora de durada (*100 metres*). Per part seva, Ona Catalana ha eliminat les reposicions d'aquest gènere en horari de matinada.

### 3.1.2.5. El gènere humor

Tret d'Ona Catalana, aquest gènere està present a la resta d'emissores amb percentatges diversos: des de l'elevat 15,5% de RAC 1, com a conseqüència de les reposicions de *Minoria absoluta*, fins al 0,2% de Catalunya Ràdio amb *Alguna pregunta més*. COMRàdio i Ràdio 4 presenten valors més pròxims, entorn del 7,8%.

De fet, s'han dut a terme variacions importants, que han derivat en una competència directa entre COMRàdio i Ràdio 4. COMRàdio, que ha rebaixat 6 punts la presència del gènere, ha concentrat l'humor en la franja del vespre (la temporada passada l'oferia al migdia i al vespre). Miquel Giménez, que s'encarregava del programa del migdia (*Això no toca*), és qui s'ocupa ara de *S'ha acabat el bròquil* a les 20.00 hores. A Ràdio 4, el gènere ha crescut 3 punts i s'ha traspassat del cap de setmana al vespre dels dies feiners. L'equip que la darrera edició feia *Ultimàtum a la terra*, dissabte i diumenge al matí, ara fa un espai diari els dies feiners (*Una mala tarda la té qualsevol*) de les 19.30 a les 21.00 hores (excepte dilluns).

Per acabar, cal assenyalar que aquest gènere és el que

més s'aprofita per omplir les matinades amb l'estratègia de les reposicions. COMRàdio, Ràdio 4 i RAC 1 apliquen aquesta tàctica. Fins i tot, a RAC 1, també s'utilitza per omplir la tarda del dissabte.

3.1.2.6. El gènere música

Ràdio 4 continua destacant per la gran incidència que té la música en la seva programació (23,4%), sobretot durant el cap de setmana, quan arriba al 42,8%. Exceptuant RAC 1, que no inclou aquest contingut, la mitjana de la música a la resta és del 7,9%, però també coincideixen amb Ràdio 4 a donar-li un major pes durant el cap de setmana. Tot i que les dades indiquen un augment de 3 punts de la música a Ràdio 4, això es deu a un canvi en la classificació d'una de les seves emissions i no a un augment real de la presència del gènere. En aquesta edició, el programa de Ràdio 4 *La taverna del llop* s'ha definit com a música, en lloc de juvenil, com a conseqüència d'un gir en l'estil de presentació i en la importància que ha adquirit l'emissió dels temes musicals.

L'altre canvi significatiu s'ha detectat a Catalunya Ràdio, on la música s'ha reduït 8 punts. Diversos factors han provocat aquest efecte: un escurçament de la durada del programa de matinada *Entre sons*, les desaparicions de

*T'agrada el blues* i d'*Intronit*, amb la conseqüent ommissió de les dues temàtiques implicades (*blues* i *dance*), i, finalment, la substitució de l'espai sobre música catalana *Catacrack* per *Sona 9*, amb la mateixa especialització però amb reducció d'horari.

A Catalunya Ràdio, a més, l'estrena de l'esportiu del cap de setmana *Tot gira* ha provocat un desplaçament cap a la matinada de dos programes musicals. El programa dirigit i presentat per Jordi Tardà, que ara es titula *Nit Tardà*, inicia enguany la seva emissió a les 22.00 hores del dissabte per acabar-la a la 1.00 de la matinada de diumenge. *Dia a dia*, *rock a rock*, un altre espai de la seva factoria, comença ara a les 2.00 de la matinada del diumenge.

Dins de l'àmbit del gènere música, la varietat d'horaris i d'estils fa difícil la competència directa. De nou, Ràdio 4 és l'estació amb programació musical més variada (*blues*, clàssica, *chill-out*, ètnica, *house*, *rock* i de cantautors) i COMRàdio continua oferint dos estils de manera exclusiva: tangos i música francesa.

3.1.2.7. El gènere participació

Totes les emissores, tret de Ràdio 4, ofereixen a l'audiència un programa basat exclusivament en la participació. Catalunya Ràdio i COMRàdio permeten als oients mani-

Quadre 21. Emissores d'àmbit català: distribució de l'esport per segments horaris (cap de setmana / 2004-2005)

	24.00/06.00	06.00/13.00	13.00/16.00	16.00/20.00	20.00/24.00
Catalunya Ràdio	4,1	-	-	74	68,8
COMRàdio	7,6	-	16,7	-	11,4
Ona Catalana	-	-	8,3	48,9	12,6
RAC 1	33,4	-	-	49	29,1
Ràdio 4	-	-	13,9	-	-

Font: Elaboració pròpia.  
(% sobre la programació de cada segment horari)

festar les seves opinions sobre temes d'actualitat. La proposta d'Ona Catalana és de caire íntim, dedicada a les confidències relacionades amb els sentiments i les emocions. I, finalment, a l'espai de RAC 1 l'oient fa preguntes i alhora participa també en la recerca de respostes.

Quant a la ubicació horària, hi ha una preferència per les matinades dels dies feiners. Malgrat això, no es dona una competència directa. A *bones hores* (Catalunya Ràdio) i *Les nits* (COMRàdio), que comparteixen l'objectiu, no coincideixen en horari; mentre que el primer s'emet entre les 3.00 i les 5.00 de la matinada, la difusió del segon és d'1.00 a 3.00. RAC 1 és l'única que es desmarca d'aquesta estratègia, ja que manté *Tot és possible* al migdia, de dilluns a divendres, entre les 14.15 i les 16.00 hores.

### 3.1.2.8. El gènere cultura

Aquest gènere presenta un ascens percentual, més o menys significatiu, en totes les emissores, tret d'Ona Catalana que continua sense programar-lo. Catalunya Ràdio n'ha incrementat l'emissió en 5 punts percentuals; COMRàdio, en 3; RAC 1, en 2; i Ràdio 4, en 0,8. D'aquesta manera, el gènere ocupa enguany més d'un 5% en cadascuna de les programacions.

El major ventall temàtic apareix a COMRàdio amb l'aplicació d'una nova fórmula. De dilluns a divendres, entre les 12.00 i les 13.00 hores, emet l'espai cultural *Sitcom* i cada edició està especialitzada en un tema diferent (música, literatura, teatre, cinema i oci). *Sitcom* també incorpora un concurs, i es genera una hibridació entre els dos gèneres. A més, aquesta emissora manté els espais dedicats al còmic (*Més enllà de la vinyeta*) i a la cultura popular (*Amunt i avall*), així com *Il·lusions acústiques* (sense especialització).

La segona emissora, quant a nombre de temàtiques, és Ràdio 4. A més de *Nautilus* (actualitat general), aquesta cadena pública també conserva *Fes ta festa* (cultura popular) i les dues edicions de *Va de cine*, mantenint l'apartat de participació en una d'aquestes. Respecte a *Fes ta festa*, aquest ha tornat a l'horari de 2002-2003: dissabte i diumenge al matí en lloc d'una edició divendres al vespre. No entra, però, en competició directa amb COMRàdio, que emet *Amunt i avall* tot just abans.

A l'últim, l'augment a Catalunya Ràdio ha implicat l'apa-

rició de dos programes nous: *Finestra indiscreta* (cinema) i *Ex-libris* (literatura), però també s'ha detectat la desaparició de *El món s'acaba*, que s'emetia els dies feiners al migdia. I, pel que fa a l'increment a RAC 1, aquest es deu a un augment de la durada de l'únic espai cultural que té, *No som perfectes*. Aquest és un programa peculiar dins el conjunt de l'oferta per la importància que pren la participació dels oients (via telefònica i correu electrònic).

### 3.1.2.9. Els gèneres juvenil, entreteniment i religió

Desenvolupats únicament durant el cap de setmana, aquests tres gèneres presenten percentatges gairebé imperceptibles. COMRàdio és l'única que manté un espai que pot definir-se com a juvenil, atès l'estil de presentació, el pes del qual suposa el 2,1% de la programació. Es tracta de *Scratch*, un magazín que s'emet a partir de les 17.00 hores de la tarda del dissabte.

Pel que fa als altres gèneres, la seva incidència és encara més baixa. La religió només és present a Catalunya Ràdio, amb l'espai *Paraules de vida* el diumenge al matí. L'entreteniment resta exclusivament a COMRàdio, amb un espai d'una hora de durada la matinada del dissabte.

## 3.2. La ràdio temàtica

La tendència general de les empreses dedicades a la radiodifusió és la diversificació de l'oferta, i presenten dos tipus de programacions. Així, les grans cadenes disposen d'emissores generalistes i complementen el seu negoci amb d'altres dedicades a la radiofórmula musical. A Catalunya, de moment només hi ha dos grups dedicats exclusivament a la música: Flaix FM i Radio Tele-Taxi.

Com a conseqüència d'això, en el marc de les ràdios temàtiques, continua destacant el nombre d'emissores musicals. De fet, algunes estacions que en un principi es definien per altres tipus d'especialitzacions han acabat convertint-se en musicals. És el cas de Ràdio Salut, que dedica íntegrament a la música les emissions de la freqüència que té assignada al Garraf i al Penedès (100.9 FM). Les altres freqüències del Grup Ràdio Salut emeten Radio Marca després de l'acord amb Uniprex i Recoletos Grupo de Comunicación. Un altre exemple és el de Ràdio Estel, que té 11 freqüències distribuïdes per Catalunya. Malgrat mantenir alguns espais religiosos a la seva graella, hi predomina la radiofórmula musical. Una



altra transformació ha estat l'experimentada per Ràdio 3 (RNE), que ara se centra bàsicament en la música jove i alternativa, tot i que manté el seu compromís amb la UNED.

Pel que fa a les novetats, s'ha de parlar de la posada en marxa d'Europa FM, l'última aposta musical de la cadena Onda Cero. Dirigida per Fernando Martínez "Fernandisco", s'ocupa de la música comercial, però, segons l'actual campanya de promoció (gener 2005), sembla voler especialitzar-se en música espanyola.

L'oferta radiofònica informativa ha vist ampliat el ventall temàtic la temporada 2004-2005 amb l'aparició de les dues cadenes esportives, Rock & Gol (Radio Popular) i Radio Marca (Uniprex). La primera es dedica a l'esport i a la música, amb un clar predomini del segon contingut. En canvi, Radio Marca, dedicada íntegrament a l'esport, inclou programes diversos: a més dels informatius i d'espais d'entreteniment, ofereix programes sobre salut i història de l'esport. Un altre aspecte que les diferencia és el fet que Radio Marca disposa de desconnexions locals en català (2 hores i mitja diàries els dies feiners), a més de la retransmissió en català dels partits del Barça i de l'Espanyol. Per part seva, Catalunya Cultura continua experimentant nous formats, amb la finalitat de poder consolidar-se dins d'un àmbit força competitiu, i Ràdio Intereconomia té com a objectiu refermar la programació local la temporada 2004-2005.

Les radiofórmules que cobreixen l'actualitat informativa general, Catalunya Informació i RNE-Radio 5, a penes han experimentat variacions, símptoma de cert grau de maduresa. No obstant això, l'emissora pública estatal ha inclòs programes de llarga durada a la seva graella: *Tolerancia cero*, sobre la violència domèstica; *La tierra prometida*, sobre immigració; *Entiendas o no entiendas*, sobre el món gai; *Nosotros los europeos*, sobre la temàtica europea; *Ventana al mundo*, sobre l'actualitat internacional; *Jóvenes.com*, sobre la joventut; i *Tendencias*, dedicat a la cultura. A més, RNE-Radio 5 ha iniciat al final del 2004 un procés d'implantació a la FM catalana. Fins ara, la cadena només podia sintonitzar-se per Ona Mitjana a les demarcacions de Barcelona i Girona.

### 3.3. Les emissores municipals

Tot i que la majoria d'emissores inclouen informació, la música és el contingut dominant, circumstància que pot

afavorir la continuïtat de les emissions i no necessàriament destorbar els objectius que han de complir aquest tipus d'estacions. Probablement, aquesta és la raó per la qual la Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC) ha incrementat la bossa d'espais musicals que ofereix a les 84 emissores que té associades. En primer lloc, ha ampliat el nombre de capítols del programa *Dia a dia, rock a rock*, de Catalunya Ràdio, fins arribar als 400, i disposa de 65 emissions de l'espai musical *La taverna de l'irlandès*, dut a terme per Ràdio Palamós (Baix Empordà). D'altra banda, també ha incorporat novetats com *Exprés 222*, fet per Ràdio Tàrraga (Alt Urgell), amb una durada de 50 minuts i que se centra en la música brasilera. A més, la FRLC també ha posat a disposició de les emissores associades algunes de les novetats musicals de cantants catalans que es distribueixen fora del circuit comercial.

Quant als canvis més significatius a les graelles municipals durant el 2004, convé esmentar l'ampliació de l'horari d'emissions a Ràdio Castellar i Ràdio Rubí, ambdues del Vallès Occidental. Pel que fa als gèneres, la informació ha ampliat la seva presència a Ràdio Falset (Priorat) i a Ràdio Sabadell (Vallès Occidental). Aquesta última hi dedica diàriament tres hores i mitja. Ràdio Sabadell també ha incrementat la presència d'esport, que ocupa la temporada 2004-2005 dues hores diàries. L'infoentreteniment ha guanyat espai a Ràdio Martorell (Baix Llobregat). I, dins del gènere cultura (local), convé esmentar l'aparició de *La Taverna carrinclona*, emès per EMUN (Emissores Municipals de Les Terres de Ponent, que agrupa Alpícat Ràdio, Ràdio Corbins, Ràdio Rosselló i Ràdio Almenar). El programa es dedica als records de les tradicions lúdiques i musicals de la zona.

La implicació de la ciutadania és un dels trets que caracteritza aquest sector radiofònic. Durant l'any 2004, Ràdio Falset (Priorat) ha continuat apropant la ràdio als infants; amb la col·laboració del centre de recursos pedagògics del Priorat, i l'emissora municipal de l'Escala (Alt Empordà) ha tornat a fer un taller de ficció. També cal esmentar la incorporació dels immigrants a les emissores municipals. Plana Ràdio (Santa Bàrbara, Montsià) ha integrat al seu equip tres ciutadans del poble d'origen colombià i Ràdio Igualada (Anoia) ha inclòs un microespai de 15 minuts, en àrab i català, adreçat a la comunitat magribina.

#### 4. L'audiència de ràdio a Catalunya

Tenint en compte que el consum radiofònic es concentra bàsicament durant els dies laborables, s'ha optat per descriure el comportament de l'audiència a Catalunya a partir de les dades del període de dilluns a divendres. La ràdio generalista a Catalunya presenta una situació força consolidada. Segons l'EGM (Estudio General de Medios), l'audiència mitjana diària ha estat d'1.836.000 persones durant l'any 2004, és a dir, 110.000 oients més que l'any anterior. Aquest augment sembla evidenciar que l'increment observat la temporada 2003 pot significar l'inici d'un reforçament de les emissions generalistes. Cal aclarir, però, que ni RNE ni Onda Rambla-Punto Radio formen part de les emissores estudiades. La primera es va retirar el 2002 per voluntat pròpia en considerar que no es feia una valoració ajustada del consum radiofònic, i la segona, perquè el seu naixement es va produir l'últim trimestre del 2004 i, conseqüentment, la seva incorporació està prevista per al 2005.

Les radiofórmules musicals mostren, en canvi, un cert estancament, amb un lleuger símptoma de retrocés. Si l'any 2003 el conjunt de les cadenes musicals amb més audiència (és a dir, totes les que superen els 30.000 oients diaris de dilluns a divendres) aplegaven 1.618.000 oients a Catalunya, aquest any, la xifra s'ha reduït a 1.536.000 persones.

Pel que fa a les emissores informatives, Catalunya Informació tanca el 2004 amb 128.000 oients, 9.000 més que l'any 2003. Però, atesa l'exclusió de l'EGM de RNE-Radio 5, no es disposa d'una dada global del nombre de persones interessades en la ràdio especialitzada en actualitat general. Amb referència a la resta, les modificacions de les estratègies programàtiques és el tret més característic a l'edició 2004-2005, circumstància que ha afectat les emissions de l'últim trimestre de l'any. De fet, és d'hora per fer una valoració de la resposta dels oients a aquests canvis de programació. Així, Catalunya Cultura, que havia assolit entorn dels 8.000 oients diaris, ha endegat una nova programació. Ràdio Intereconomia, que ha apostat per incrementar les desconexions a Catalunya, aplegava 13.000 oients el març del 2004, 4.000 més que l'any 2003. D'altra banda, Radio Marca, amb una audiència significativa en l'àmbit estatal (211.000 oients), va iniciar les seves emissions a Catalunya el 16 d'agost. Òbviament,

seran les dades del 2005 les que permetran analitzar l'impacte d'aquests canvis sobre l'audiència.

D'acord amb el criteri de més a menys audiència, les emissores generalistes es mantenen en la posició que ja ocupaven en l'edició 2003. Ara bé, la situació no és exactament la mateixa. Les úniques estacions que mostren certa estabilitat són COMRàdio, que es manté amb el 5% de l'audiència d'aquest sector, i Onda Cero, que continua ocupant entorn del 15%. La desaparició d'Onda Rambla-Cadena Cero a penes ha quedat reflectida en els resultats que permeten comparar l'any 2004 amb el 2003.

Catalunya Ràdio continua sent l'emissora amb més audiència, prop de 600.000 oients. Però la Cadena SER, que es manté en segon lloc, ha reduït el marge de diferència respecte de la cadena pública. Si l'any 2003 ambdues cadenes quedaven separades per 8 punts percentuals, ara la distància és de 4. Catalunya Ràdio té el 32% de la quota d'audiència d'aquest sector i la Cadena SER, el 28%. Un lleuger descens de la primera, acompanyat d'un lleu augment de l'emissora privada, han estat la causa d'aquest apropament. De fet, a la demarcació de Barcelona, la Cadena SER és la que té més oients. La tercera posició l'ocupa Onda Cero, seguida de la COPE, que després d'un augment de dos punts percentuals respecte al 2003 ha assolit el 9% del conjunt de l'audiència.

Els tres últims llocs d'aquest llistat estan ocupats per la ràdio generalista catalana: RAC 1 (9%), COMRàdio (5%) i Ona Catalana (2%). De totes tres, RAC 1 és la que ha incrementat més l'audiència. Dels 107.000 oients del 2003 ha passat a 158.000, enfront de l'estabilitat de COMRàdio (86.000) i les dificultats d'Ona Catalana per mantenir-se. Aquesta última, que va tancar l'exercici 2003 amb 67.000 oients, ha vist reduïda la xifra d'audiència fins a 38.000 oients l'any 2004. Respecte a COMRàdio, cal afegir que, si se sumen les dades de totes les emissores consorciades, l'audiència total supera les 100.000 persones.

Les estacions musicals presenten una situació similar, és a dir, l'ordre al rànquing es manté, però les circumstàncies han variat. Los 40 Principales i Radio Tele-Taxi apareixen, en aquest ordre, com les més escoltades, excepte a Tarragona, on la primera és Radio Tele-Taxi. Ara bé, ambdues han reduït significativament la seva audiència: la radiofórmula de la Cadena SER en 53.000 oients i Radio Tele-Taxi en 39.000. D'altres ofertes han experimentat la

**Quadre 22. Audiència de ràdio a Catalunya. (dies feiners / 2003-2004)**  
**(audiència acumulada mòbil / en milers d'oients)**

Emissores	Feb. 03 / nov. 03	Abril 03 / març 04	Oct. 03 / maig 04 (a)	Feb. 04 / nov. 04 (b)	Var. % (a-b)
<b>Emissores generalistes</b>					
Cat. Ràdio	607	629	613	598	-2,4
Cadena SER	468	521	526	524	-0,3
Onda Cero	269	304	307	273	-11,0
COPE	117	141	158	159	+ 0,6
RAC 1	107	132	149	158	+6,0
COMRàdio	91	101	96	86	-10,4
Ona Catalana	67	49	39	38	-2,5
RNE-1*	-	-	-	-	-
Ràdio 4*	-	-	-	-	-
Punto Radio*	-	-	-	-	-
<b>Fórmula musical</b>					
Los 40 Principales	405	393	384	352	-8
R. Tele-Taxi	307	318	293	268	-9
Flaixbac	165	164	158	167	+6
Cadena 100	112	132	141	146	+4
Cadena Dial	173	170	159	143	-10
Flaix FM	185	167	148	139	-6
R. Club 25	68	74	80	80	=
RAC 105	68	67	60	74	+23
Màxima FM	44	48	60	65	+8
Radio RM	58	55	58	53	-9
M80	33	38	46	49	+7

Font: EGM

\* RNE i Punto Radio no s'inclouen a l'EGM. Punto Radio ho farà a partir de l'any 2005.

**Quadre 23. Audiència de les emissores de la CCRTV. (mitjana dies feiners / en milers d'oients)**

Emissora	2000	2001	2002	2003	2004
Catalunya Ràdio	575	581	556	607	598
Catalunya Informació	109	116	101	119	128
Catalunya Música	20	32	23	31	25
Catalunya Cultura	11	3	10	7	8
<b>TOTAL</b>	<b>715</b>	<b>732</b>	<b>690</b>	<b>764</b>	<b>759</b>

Font: EGM

**Quadre 24. Audiència acumulada de ràdio. Distribució per demarcacions. Abril 2003 / març 2004**  
(dies feiners / en milers d'oients)

	<b>TOTAL</b>	<b>Barcelona</b>	<b>Girona</b>	<b>Lleida</b>	<b>Tarragona</b>
<b>Nre. entrevistes</b>	<b>11.162</b>	<b>8.577</b>	<b>934</b>	<b>619</b>	<b>1.032</b>
<b>Univers (000)</b>	<b>5.787</b>	<b>4.345</b>	<b>550</b>	<b>325</b>	<b>567</b>
<b>Emissores generalistes</b>					
Cat. Ràdio	629	417	100	47	65
Cadena SER	521	424	31	19	48
Onda Cero	304	264	10	9	21
COPE	141	111	7	8	14
RAC 1	132	94	21	3	13
COMRàdio	101	82	13	3	3
Ona Catalana	49	28	19	2	1
RNE-1*	-	-	-	-	-
Ràdio 4*	-	-	-	-	-
Punto Radio*	-	-	-	-	-
<b>Fórmula musical</b>					
Los 40 Principales	393	278	51	23	41
R. Tele-Taxi	318	242	21	12	43
Cadena Dial	170	142	1	12	16
Flaix FM	167	120	19	5	23
Flaixbac	164	144	12	3	5
Cadena 100	132	116	5	5	6
R. Club 25	74	74	0	0	0
RAC 105	67	43	17	2	6
Radio RM	55	44	12	0	0
Màxima FM	48	48	0	0	0
M80	38	38	0	1	0
Catalunya Música	28	23	2	2	1
Ona Música	26	21	3	0	2
Ràdio Estel	7	7	0	0	0
<b>Emissores informatives</b>					
Catalunya Informació	119	78	16	9	18
RNE-Radio 5*	-	-	-	-	-
Intereconomia	13	13	0	0	0

Font: EGM

\* RNE i Punto Radio no s'inclouen a l'EGM. Punto Radio ho farà a partir de l'any 2005

mateixa tendència: la Cadena Dial ha vist minvada la seva audiència en 30.000 persones i Flaix FM ha perdut 46.000 oients.

En canvi, altres emissores han vist incrementar els seus índexs d'audiència, tot i que no són canvis de la mateixa magnitud que els assenyalats al paràgraf anterior. El més significatiu, en xifres absolutes, és l'augment de Cadena 100, que ha aconseguit 34.000 oients més. En segon lloc, cal esmentar Máxima FM, que ha passat de 44.000 oients durant el 2003 a 65.000 en l'edició d'enguany. Per a M80, l'increment ha estat de 16.000 oients.

L'opinió dels ciutadans catalans sobre la ràdio local ha experimentat un canvi notable durant el 2004, segons l'estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2004, realitzat pel CAC (vegeu annex 1). A la pregunta *Quina emissora de ràdio creu que té la millor programació en conjunt?*, només el 0,3% de les persones enquestades van respondre "la ràdio local". En canvi, l'any 2003 el percentatge va arribar al 2,2%, fet que va col·locar la ràdio local en el cinquè lloc, darrere de Catalunya Ràdio (16,1%), la Cadena SER (8,1%), Onda Cero (3,1%) i RNE (3,1%).

Si el 2003 el 3,8% de les persones enquestades van afirmar que escoltaven la ràdio local quan buscaven entreteniment, en l'actualitat només ho fa l'1,6%. Aquesta tendència també es detecta quan s'analitzen les respostes a les preguntes *Quina emissora de ràdio creu que informa millor?* i *Quina emissora de ràdio creu que té la millor programació d'esports?*.

És en l'àmbit de la programació musical on la ràdio local sembla continuar interessant l'audiència, malgrat que també s'ha detectat una lleugera davallada. L'1,6% de les persones enquestades prefereixen la ràdio local per la seva programació musical enfront del 2,3% de l'any anterior. El rànquing està liderat per Los 40 Principales (8,9%).

Si l'any 2003 semblava l'inici de la recuperació del sector internet, el 2004 estaria definit per la lentitud de l'enlairament. Centrant la mirada en els mitjans de comunicació digitals, la incertesa sembla planar sobre les estratègies i les iniciatives més agosarades (principalment l'experimentació amb continguts audiovisuals i la participació de l'audiència) que hauran d'esperar al 2005 per confirmar si són apostes viables.

Pel que fa a l'ús social d'internet, el creixement de les connexions de banda ampla continua essent la millor notícia d'un panorama encara agredolç, en què Catalunya es troba lluny del lideratge en la penetració de la xarxa a Europa i comunitats com Madrid o Euskadi mostren un major dinamisme en l'adopció de les tecnologies digitals.

Aquest capítol repassa, en primer lloc, les tendències generals en la implantació i l'ús d'internet, amb especial atenció per la situació de la llengua catalana a la xarxa, i analitza després la situació dels mitjans de comunicació digitals des de perspectives com la seva organització interna, les iniciatives innovadores, els ingressos i l'audiència.